

**ANALISIS MEKANISME DAN PENERAPAN AKAD  
PADA PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**Eva Fauziyah**

**NPM 1551020150**

**Program Studi : Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1441 H / 2019 M**

**ANALISIS MEKANISME DAN PENERAPAN A KAD  
PADA PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**Eva Fauziyah  
NPM 1551020150**

**Progam Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Hanif, S.E., M.M**

**Pembimbing II : Suhendar, S.E., M.S.Ak.,Akt.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H / 2019 M**

## ABSTRAK

### ANALISIS MEKANISME DAN PENERAPAN AKAD PADA PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)

Oleh

Eva Fauziyah

Bank Syariah Mandiri mengeluarkan produk cicil emas yaitu produk pembiayaan konsumtif yang bersifat investasi dengan tujuan menarik minat nasabah. Produk cicil emas menggunakan akad *murabahah*. Untuk menjaga keberlangsungan produknya, Bank Syariah Mandiri harus menerapkan perbaikan mekanisme produk mulai dari syarat-syarat, ketentuan yang tidak memberatkan, pelayanan yang maksimal, dan strategi promosi diterapkan dengan baik dan efektif yang bertujuan menarik minat nasabah sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah dan penyaluran dana yang maksimal.

Penelitian ini memiliki tiga rumusan masalah penelitian, yaitu: bagaimana strategi promosi produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang, bagaimana syarat-syarat ketentuan dan resiko pada produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang, bagaimana mekanisme dan penerapan akad pada produk cicil emas terhadap minat nasabah dalam perspektif ekonomi islam di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang. Tujuan masalah penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui strategi promosi produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang, Untuk mengetahui syarat-syarat ketentuan dan resiko pada produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang, Untuk mengetahui mekanisme dan penerapan akad pada produk cicil emas terhadap minat nasabah dalam perspektif ekonomi islam di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan metode kualitatif dan sifat penelitian analisis deskriptif, didukung dengan studi kepustakaan. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yaitu strategi promosi yang tidak efektif dan efisien sehingga semua masalah yang di timbulkan berdampak pada kepuasan dan minat nasabah terhadap produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang. Dalam syarat-syarat dan ketentuan mekanisme dan penerapan akad produk cicil emas terbilang tidak memberatkan nasabah seperti: Biaya-Biaya Administrasi (Biaya Admin Pencairan, Biaya Materai, Biaya Asuransi Jiwa, Biaya Ongkos Kirim).

**Kata kunci: mekanisme, penerapan akad pada produk cicil emas, minat nasabah**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260*

**SURAT PERNYATAAN**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eva Fauziyah  
NPM : 1551020150  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 29 Agustus 2019  
Penyusun



**Eva Fauziyah**  
**NPM. 1551020150**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarampe, Bandar Lampung (0721) 703260**

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk  
Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif  
Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP  
Unit 2 Tulang Bawang)**

**Nama : Eva Fauziyah  
NPM : 1551020150  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

**Untuk di munaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

**Pembimbing I**

**Hanif, S.E., M.M.  
NIP. 197408232000031001**

**Pembimbing II**

**Suhendar, S.E., M.S.Ak., Akt.  
NIP. 198510302019031004**

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Dr. Erike Anggraeni, M.S.Ey  
NIP. 198208082011012009**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"ANALISIS MEKANISME DAN PENERAPAN AKAD PADA PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP UNIT 2 TULANG BAWANG)"** Oleh **Eva Fauziyah, NPM: 1551020150**, Jurusan: **Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal:

**TEAM DEWAN PENGUJI**

**Ketua Sidang : Dr. H Rubhan Maskur, M.Pd**

**Sekretaris : Dedi Satriawan, M.Pd**

**Penguji 1 : Fatih Fuadi, M.S.I**

**Penguji 2 : Hanif, S.E., M.M**

**Mengetahui,**

**Dekan**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.**

**NIP. 19800801 200312 1 001**

## MOTTO

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي

كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِعَ عَلِيمٌ ﴿٢٦١﴾

Artinya: “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. dan Allah Maha luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui” (Q.S Al-Baqarah: 261)





## PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan Skripsi ini sebagai tanda bukti dan kasih sayang yang tulus kepada:

1. Ayahanda Sumari, Ibunda Suwarti, yang aku cintai yang selama ini cukup sabar untuk segera melihat putrinya menyelesaikan perkuliahannya, yang jasa-jasanya tidak mungkin dapat aku balas.
2. Kakak-kakakku dan adikku tersayang Ardhi Sumawan, Rubiana, Ahmad Marzuki, Arbella Oktaviana, Reynaldi Hafid Abdullah yang aku cintai yang selama ini selalu membimbing, mengarahkan, dan menyemangati.
3. Seseorang yang telah cukup sabar menemani dan menyemangati setiap waktunya Fatkur Rohman.
4. Sahabat seperjuanganku Yuyun, Putri, Yanti, Dwi, Arum, Duwita, Elisa, Nurul dan teman-teman Perbankan Syariah B yang telah cukup sabar menemani dan menyemangati setiap waktunya.
5. Teman kosanku Devi, Alma, Triya, Diah, Mita, Amoy, Feni, Listi, Putri, Pepi, Afifah, Linda yang selalu memberiku semangat, serta memberi nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.



## **RIWAYAT HIDUP**

Eva Fauziyah dilahirkan di Kabupaten Tulang Bawang pada 19 Juli 1997. Penulis merupakan putri dari pasangan Bapak Sumari dengan Ibu Suwarti. Penulis menempuh pendidikan formal yang dimulai dari jenjang Sekolah Dasar di SDN 01 Labuhan Baru Kec. Way Serdang, Kab. Mesuji dan lulus pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP MMT Labuhan Baru, Kab. Mesuji dan lulus pada tahun 2012. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Bhakti Nusantara , Kab. Tulang Bawang dan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 juga penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 1 Agustus 2019  
Yang Membuat,

**Eva Fauziyah**  
**NPM.1551020150**

## KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang tak terhingga kepada Dzat Yang Maha Agung, penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia dan nikmat-Nya, kesehatan jasmani dan rohani, serta kekuatan lahir dan batin. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“ANALISIS MEKANISME DAN PENERAPAN AKAD PADA PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP UNIT 2 TULANG BAWANG)”**. Sebagai syarat akhir untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Shalawat teriring salam tak lupa penulis haturkan kepada suri tauladan umat Islam, baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarganya, sahabat dan para pengikutnya yang telah memberikan tuntunan menuju jalan yang terang (ilmu pengetahuan) dengan akhlak yang mulia. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ruslan Abdul Ghofur Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.



2. Dr. Erike Anggraeni, M.S.Ey, Ketua Program Studi Perbankan Syariah
3. Hanif, S.E., M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan perhatian, bimbingan, arahan dan masukan yang berarti selama penulisan skripsi ini.
4. Suhendar, S.E., M.S.Ak., Akt selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, usulan perbaikan sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung yang dengan penuh pengabdian telah memberikan Ilmu pengetahuan pada penulis selama di bangku kuliah.
6. Teman-teman angkatan 2015 program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhirnya atas jasa dan bantuan semua pihak, baik berupa moril maupun materil penulis panjatkan doa semoga Allah SWT membalasnya dengan imbalan pahala yang berlipat ganda dan menjadikan sebagai amal jariyah yang tidak pernah surut mengalir pahalanya, dan mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan berkah bagi penulis dan semua pihak, Aamiin

Bandar Lampung, 1 Agustus 2019  
Penulis

**Eva Fauziyah**  
**NPM. 1551020150**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi

## BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Metode Penelitian.....	14

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori dasar ( <i>Grand Teory</i> ) .....	21
1. Teori Stewardship .....	21
2. Teori Transparansi .....	22
3. Falsafah Pembiayaan Bank Syariah .....	23
4. Akad Yang Digunakan Dalam Produk BSM Cicil Emas .....	24
5. Bentuk-Bentuk Akad Murabahah Antara Lain Sebagai Berikut.....	28
6. Landasan Hukum Pembiayaan Akad Murabahah .....	29
7. Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	33
8. Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai .....	36
9. Potensi Risiko Investasi Emas .....	38
10. Strategi Promosi .....	39
B. Tinjauan Pustaka .....	44
C. Kerangka Berpikir .....	49

## BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah KCP Unit 2 Tulang Bawang .....	52
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri .....	52
2. Visi Dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	53



3. Lokasi Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang .....	55
B. Sumber Data Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang .....	55
1. Strategi Promosi Produk Cicil Emas .....	55
2. Syarat-Syarat Pembiayaan Produk Cicil Emas .....	61
3. Ketentuan Pembiayaan Produk Cicil Emas .....	
4. Mekanisme Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri .....	
5. Resiko Produk Cicil Emas .....	
6. Daftar Kontak Pembiayaan Murabahah .....	
7. Usia Responden .....	

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Strategi Promosi Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang .....	72
B. Syarat-Syarat Kegiatan Dan Resiko Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang .....	74
C. Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Terhadap Minat Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang .....	76

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	81

#### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

### Tabel

#### Halaman

3.1 Daftar Kontrak Pembiayaan Murabahah .....	63
3.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia .....	64
3.3 Ketentuan Usia Pembiayaan Produk Cicil Emas .....	65
3.4 Jenis Kelamin Responden Nasabah .....	65





## DAFTAR GAMBAR

3.1 Alur Pembiayaan Produk Cicil Emas.....	66
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Persetujuan Pra Riset
Lampiran 2	: Surat Permohonan Izin Riset
Lampiran 3	: Surat Persetujuan Izin Riset
Lampiran 4	: Berita Acara Proposal Skripsi
Lampiran 5	: Berita Acara Munaqasah
Lampiran 6	: Foto Dokumentasi
Lampiran 7	: Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran 8	: Blanko Konsultasi Bimbingan
Lampiran 9	: Brosur Simulasi Cicil Emas
Lampiran 10	: Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran 11	: Surat Bukti Pembiayaan Kepemilikan Emas





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan untuk menghindari kesalahpahaman dalam mendalami skripsi yang berjudul “**Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)**” penulis ini perlu memberikan penegasan dari pengertian istilah judul skripsi tersebut sebagai berikut:

##### 1. Analisis

Analisis adalah menguraikan lebih lanjut, misalnya dari suatu total menjadi subtotal agar bisa dibandingkan antara subtotal yang satu dengan subtotal lainnya atau terhadap totalnya, atau memperkirakan besarnya pengaruh perubahan satu atau beberapa variabel lainnya.<sup>1</sup> Aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitnya dan tafsirkan maknanya. Analisis dapat juga diartikan sebagai kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami.

---

<sup>1</sup> Supranto, *Statistik Pemimpin Berwawasan Global Edisi 2* (Jakarta:Salemba Empat,2007), h.130.

## 2. Mekanisme

Mekanisme adalah sesuatu yang menggerakkan agar sebuah mekanik dapat bekerja, berjalan, dan berfungsi.<sup>2</sup> Suatu rangkaian kerja sebuah alat yang digunakan dalam menyelesaikan sebuah masalah yang berkaitan dengan proses kerja, tujuannya adalah untuk menghasilkan hasil yang maksimal serta mengurangi kegagalan

## 3. Penerapan

Penerapan adalah proses, cara, perbuatan menerapkan pemasangan pemanfaatan, perihal mempraktikan<sup>3</sup> dan sebuah tindakan yang dilakukan, baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan

## 4. Akad

Akad adalah suatu perikatan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibenarkan syarak yang menetapkan adanya akibat hukum pada objeknya. Ijab adalah pertanyaan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan, sedangkan kabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Akad adalah pertalian ijab dan kabul yang timbul dari salah satu pihak yang melakukan akad dengan kabul dari pihak yang lainnya menurut ketentuan yang berakibat hukum pada objek perikatan.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Sunanrdian Wirodono, *Gerakan Politik Indonesia* (Universitas Michigan:Puspa Swara, 1995), h.16

<sup>3</sup> Kementerian Pendidikan Dan kebudayaan republik indonesia, 2005.

<sup>4</sup> Al-Dabu, *Al-Iqtishad Al-Islam*, h.174

## 5. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>5</sup>

## 6. Cicil

Cicil adalah membayar dan sebagainya sedikit demi sedikit atau mengangsur.<sup>6</sup>

## 7. Emas

Emas merupakan logam yang bersifat lunak dan mudah ditempa, kekerasannya berkisar antara 2,5 – 3 (skala Mohs), serta berat jenisnya tergantung pada jenis dan kandungan logam lain yang berpadu dengannya.<sup>7</sup>

## B. Alasan memilih judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih dan menetapkan judul ini adalah sebagai berikut:

### 1. Alasan Objektif

Bagi penulis pentingnya menulis masalah yang akan diteliti terkait dengan judul skripsi, hal ini dikarenakan ingin mengetahui analisis mekanisme dan penerapan akad pada produk cicil emas terhadap minat nasabah selain itu dari aspek yang penulis bahas, permasalahan dalam proposal ini sangat

---

<sup>5</sup> M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil* (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.43

<sup>6</sup> <https://kbbi.web.id/cicil> diakses pada 15.00 AM 28/01/2019

<sup>7</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Emas> diakses pada 16.00 AM 28/01/2019



memungkinkan diadakan penelitian mengingat belum banyak peneliti yang meneliti masalah tersebut.

## 2. Alasan Subjektif

Penelitian ini dilakukan karena penelitian ini belum pernah diteliti atau dibahas sebelumnya oleh mahasiswa UIN Raden Intan Lampung khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Dirasa mampu untuk diselesaikan oleh penulis mengingat adanya literatur yang cukup memadai serta data yang berkaitan dengan penelitian baik data primer dan sekunder.

## C. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Bank secara sederhana dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.<sup>8</sup> Sedangkan menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana

---

<sup>8</sup> Kasmir, *Op. Cit*, h. 12.

merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Keberadaan perbankan syariah sebagai bagian dari sistem perbankan nasional yang diharapkan dapat mendorong perkembangan perekonomian suatu Negara. Bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait.

Pembiayaan adalah salah satu kegiatan yang dilakukan pada bank-bank syariah, selain kegiatan penghimpunan dana melalui pembukaan rekening tabungan, simpanan, dan investasi. Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang di berikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik di lakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang di keluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.<sup>9</sup>

Jenis bank di Indonesia dibedakan menjadi dua, berdasarkan pembayaran bunga yakni bank konvensional atau bagi hasil yakni bank syariah. Perbankan Syariah menurut UU No.21 tahun 2008 adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sesuai dengan syariat Islam. Menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah),

---

<sup>9</sup> Viethzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* (Jakarta : Bumi Aksara,2010), h.681.

UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).

Namun, untuk menjadi bank yang benar-benar unggul dalam persaingan dunia usaha dan bisnis bukanlah sebuah perkara yang mudah. Agar dapat bertahan dalam persaingan tersebut, selain diperlukan pengelolaan manajemen yang bagus, dibutuhkan pula kecermatan strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atas peluang pada beberapa pasar sasaran.<sup>10</sup> Manajemen pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan penghimpunan dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya.<sup>11</sup>

Meskipun persaingan menuntut para pemasar untuk selalu menginovasi strategi bisnisnya, perbankan syariah harus menjalankan strategi syariah pemasaran dalam konsep syariah. Seorang pemasar harus merasakan bahwasannya dalam setiap aktivitas pemasarannya ia selalu diawasi oleh Allah SWT, sehingga ia pun akan sangat berhati hati dalam memasarkan produk yang dijualnya.<sup>12</sup> Dalam Al-Qur'an surat Al Mujadilah ayat 7 Allah berfirman :

---

<sup>10</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar Konsep dan strategi )*(Jakarta: Raja Grafindo, 2004), h. 168.

<sup>11</sup> Kasmir, *Op Cit.*h. 194-195.

<sup>12</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), h.29.



أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ طَمَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ وَلَا أَدْنَىٰ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرُ إِلَّا هُوَ مَعَهُمْ أَيْنَ مَا كَانُوا طثُمَّ يُنَبِّئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۚ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : *"Tidakkah kamu perhatikan, bahwa sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi? Tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dialah keempatnya. Dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dialah keenamnya. Dan tiada (pula) pembicaraan antara jumlah yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan Dia berada bersama mereka di manapun mereka berada. Kemudian Dia akan memberitahukan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu."* (Q.S. Al-Mujadilah : 7 )

Sejarah perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia diawali dari aspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang alami. Perkembangan dunia perbankan terus mengalami kemajuan yang signifikan. Kegiatan bank syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga melainkan atas prinsip bagi hasil yang sesuai prinsip syariah. Pengembangan perbankan yang didasarkan kepada konsep dan prinsip ekonomi Islam merupakan suatu inovasi dalam sistem perbankan internasional. Meskipun telah lama menjadi wacana pada kalangan publik dan para ilmuwan muslim maupun nonmuslim, namun pendirian industri bank Islam secara komersial dan formal belum lama terwujud.

Di Indonesia bank syariah diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 1992, yang dalam kurun waktu 7 tahun

mampu memiliki lebih 45 outlet yang tersebar di Jakarta, Bandung, Semarang, Makasar, Balikpapan. Dengan mengacu pada hukum Islam serta pemahaman tentang keharaman riba menjadikan lembaga keuangan syariah sebagai solusi dalam melakukan pengelolaan keuangan umat.

Secara umum bank syariah menggunakan bermacam-macam akad dalam jenis produknya, seperti *mudharabah*, *murabahah*, *musyarakah*, *ijarah*, *wadiah*, *rahn*, dan berbagai akad syariah yang lain. Salah satu produk bank syariah yang diminati saat ini adalah produk cicil emas yang dalam pelaksanaannya menggunakan akad *murabahah* atau jual beli yaitu pihak bank atau baitul mal sebagai penjual dan nasabah atau *mudharib* sebagai pembeli. Bank-bank Islam mengambil *murabahah* untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada kliennya untuk membeli barang walaupun klien tersebut mungkin tidak memiliki uang tunai untuk membayar. *Murabahah*, sebagaimana digunakan dalam perbankan Islam, ditemukan terutama berdasarkan dua unsur : harga membeli dan biaya yang terkait, dan kesepakatan berdasarkan *mark up* (keuntungan).

Pada dasarnya konsep atau bentuk akad dalam fiqih muamalah berdiri sendiri atau bersifat akadtunggal, maksudnya di dalam akaditu hanya ada akaditu saja tidak ada penambahan dari akad lain. Misalnya akad dengan bentuk akad jasa atau akad dengan pola akad jual beli. Akad dapat kita jumpai dalam setiap transaksi muamalah di setiap lembaga keuangan syariah. Dalam perkembangan perbankan yang semakin maju, akad berpola satu memungkinkan tidak dapat mencakup kebutuhan

masyarakat yang beragam, hal ini seperti yang diungkapkan Agustianto bahwa produk perbankan dan lembaga keuangan syariah jika tidak melakukan inovasi dengan mendesain kontrak multi akad (*hybrid contract*) ditakutkan lembaga tersebut akan ketinggalan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat modern, multi akad dibentuk sebagai sarana untuk mengembangkan produk-produk inovatif.<sup>13</sup>

Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.<sup>14</sup> Bank dan lembaga keuangan mulai membuat produk-produk yang inovatif serta diminati oleh masyarakat. Produk pembiayaan yang bersifat investasi dibuat dan dipasarkan tidak terkecuali bank syariah yang melihat peluang tersebut. Investasi pada umumnya merupakan suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi, *to use (money) make more money out of something that expected to increase in value*. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Terkadang, investasi disebut juga sebagai penanaman modal.<sup>15</sup> Salah satunya yaitu emas yang mulai diminati oleh konsumen, investor untuk di investasikan dengan berbagai tujuan seperti sebagai

---

<sup>13</sup> Nevi Hasnita, "Konsep Dan Bentuk Multi Akad (Hybrid Contract) Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional -Majelis Ulama Indonesia (Dsn-Mui)," : *Jurnal Dusturiyah* Vol 2020 (2014). Dia kses melalui <http://journaldusturiyah.com/Indek.Php/Jurnal/ Vo 1/2020/20220>, Tanggal 2 oktober 2019

<sup>14</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 3.

<sup>15</sup> Abdul Aziz, M.Ag., *Manajemen Investasi Syariah* (Bandung: Alfabet, cv, 2010), h.31



simpanan masa depan, untuk pendidikan anak-anak, dan sebagai aset darurat yang memiliki nilai lebih. Ada banyak investasi yang kita kenal, salah satunya adalah investasi logam mulia, logam mulia yang banyak dijadikan sebagai harta benda maupun cadangan keuangan masyarakat adalah emas.

Produk cicil emas adalah salah satu produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri sejak 25 Maret 2013 yang merupakan produk kepemilikan emas kepada masyarakat. Produk cicil emas memberikan kesempatan masyarakat untuk memiliki emas batangan dengan cara mencicil dengan menggunakan akad *murabahah* dengan jaminan diikat dengan *rahn* (gadai)<sup>16</sup> dengan berat minimal 10 gram hingga 250 gram. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah mengeluarkan fatwa terkait tentang cicil emas no 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh BSM demi menjawab kebutuhan masyarakat akan produk investasi. Emas merupakan barang dengan *demand* yang tinggi baik untuk proteksi aset, kepentingan berjaga, kebutuhan tabungan haji, maupun investasi. Harga emas di dunia dalam jangka panjang cenderung naik, hampir setiap lima tahun harga emas naik minimal 100 persen.

Produk cicil emas iB merupakan produk pembelian emas secara cicilan, produk ini banyak dikeluarkan oleh bank-bank syariah seperti BNI Syariah, BSM, BTN Syariah, Bank Permata Syariah, lembaga

---

<sup>16</sup> <https://Republika.Co.Id/Berita/Ekonomi/Syariah-Ekonomi/13/03/25/Mk8166-Bsm-Luncurkan-Produk-Cicil-Emas> diakses pada 16.10 AM 28/01/2019

Pegadaian dan lain-lain. Di masing masing bank, produk cicil emas ini memiliki nama-nama tersendiri misalnya pembiayaan emas iB Hasanah yang dilakukan oleh BNI syariah, BSM C icil Emas iB dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri. Pembiayaan kepemilikan emas secara cicilan ini diharapkan dapat mengakomodasi keinginan masyarakat untuk berinvestasi emas dengan cara membeli emas secara cicilan sesuai dengan kemampuan.

Setiap transaksi yang terjadi baik dua pihak atau lebih selalu terdapat perjanjian atau pengikatan antara kedua belah pihak, hal itu untuk menunjukkan substansi dan kekuatan hukum yang mengikat dikenal dengan akad. Menurut jumhur ulama, akad adalah pertalian antara ijab dan qabul yang dibenarkan syara' yang menimbulkan akibat hukum terhadap objeknya. Secara khusus akad berarti kesetaraan antara ijab (pernyataan penawaran/pemindahan kepemilikan) dan qabul (pernyataan penerimaan kepemilikan) dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh pada sesuatu.<sup>17</sup> Akad yang terjadi di antara kedua belah pihak juga mengandung prinsip kerelaan bagi para pihak yang terlibat dalam suatu ikatan, dalam artian terbebas dari unsur pemaksaan dan keterpaksaan.<sup>18</sup>

Dari berbagai macam produk yang ditawarkan BSM, produk BSM cicil emas merupakan produk yang cukup diminati oleh

---

<sup>17</sup> Mardani, *Fiqh Ek onomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 72

<sup>18</sup> Ridwan Nurdin, *Ak ad-Ak ad Fiqh Pada Perbank an Syariah di Indonesia Sejarah, Konsep, Dan Perk embangannya* (Banda Aceh: Pena, 2010), hlm. 8.

masyarakat, selain syarat dan prosesnya yang mudah juga adanya jaminan keamanan.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengkaji  
ANALISIS MEKANISME DAN PENERAPAN AKAD PADA  
PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Bank Syariah Mandiri Kcp  
Unit 2 Tulang Bawang)

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi promosi pada produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang?
2. Bagaimana syarat-syarat, ketentuan dan resiko pada produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang?
3. Bagaimana mekanisme dan penerapan akad pada produk cicil emas terhadap minat nasabah dalam perspektif Ekonomi Islam di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi promosi pada produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.
2. Untuk mengetahui syarat-syarat, ketentuan dan resiko pada produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

3. Untuk mengetahui mekanisme dan penerapan akad pada produk cicil emas terhadap minat nasabah dalam perspektif Ekonomi Islam di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat oleh berbagai pihak untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan lainnya, lebih rincinya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk mengetahui mekanisme produk cicil emas terhadap minat nasabah. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan penerapan teori yang berkaitan dengan manajemen pembiayaan dari produk-produk dan risiko pembiayaan yang terjadi pada produk investasi emas perbankan syariah.

2. Bagi Lembaga Keuangan

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya sebagai bahan solusi yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bank-bank syariah dan lembaga keuangan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam persaingan inovasi produk, pelayanan, promosi antar bank dan lembaga keuangan lain, dan sebagai pertimbangan dalam pemberian pembiayaan, kepuasan dan pelayanan kepada nasabah.



### 3. Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat bagi masyarakat sehingga dapat memilih bank syariah sebagai mitra usaha, menabung dan berinvestasi aman dengan menjadikan konsep persaudaraan muslim dengan kepercayaan yang tinggi investasi sehingga bank syariah dapat berkembang di Indonesia dan penelitian ini bertujuan menjadi informasi terkait produk cicil emas sebagai pilihan untuk berinvestasi

### G. Metode penelitian

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah penyaluran rasa ingin tahu terhadap suatu masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah dan mempelajari secara cermat dan bersungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban, pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagainya).

Penelitian adalah proses, sedangkan ilmu pengetahuan adalah hasil dari penelitian. Karena itu “bahasa dasar” bagi seorang peneliti ditemukan dalam filsafat ilmu. Bangunan dasar suatu ilmu pengetahuan meliputi: observasi, fakta, konsep, definisi, variabel, masalah, hipotesis, hukum, teori dan model.<sup>19</sup>

Metode penelitian merupakan cara kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran atau tujuan penelitian. Dalam penyusunan

---

<sup>19</sup> Mudrajat Kuncoro, Ph.D, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 3.

tugas akhir ini, Penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.<sup>20</sup> menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

#### 1. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) dengan metode kualitatif yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian. Penelitian ini bertujuan menemukan data-data yang bersumber dari lapangan yakni Bank Syariah Mandiri.<sup>21</sup> Didukung pula dengan penelitian pustaka (library reseach) yang bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi dengan bantuan material, seperti buku-buku, catatan, dokumen-dokumendan referensilainnya yang berkaitan dengan pembiayaan produk cicil emas bank syariah mandiri terhadap minat nasabah.

#### 2. Sifat Penelitian

Menurut Sifat penelitian ini menggunakan Deskriptif Analisis dengan Data Kualitatif yakni merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*(Bandung: Alfabeta, 2016), h.9.

<sup>21</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka BaruPress, 2015), h. 26.

lainnya.<sup>22</sup> Penelitian deskriptif yang penulis maksudkan adalah penelitian yang menggambarkan bagaimanakah pembiayaan produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

### 3. Data dan Sumber Data

Adapun data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Data Primer

Data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian dalam penelitian ini penulis mendapatkan data langsung dari Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang, yang terkait dengan mekanisme produk cicil emas terhadap minat nasabah.

#### b. Data Sekunder

Data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya.<sup>23</sup>

### 4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah nasabah cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang berjumlah 7 nasabah cicil emas pada tahun 2019

---

<sup>22</sup> Ibid, h.16.

<sup>23</sup> Sugiyono, Op.Cit, h.89.

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang.<sup>25</sup> Dari data terukur jumlah nasabah cicil emas BSM berjumlah 7 orang. peneliti berkesimpulan mengambil seluruh populasi menjadi sampel pada penelitian ini.

#### 5. Teknik Pengumpulan data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### a. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.<sup>26</sup> Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Yakni mencermati mekanisme produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

##### b. Metode Wawancara (Interview)

Wawancara personal dapat diartikan sebagai wawancara antar orang, yaitu antara peneliti (pewawancara) dengan responden yang diwawancarai, yang diarahkan oleh pewawancara untuk tujuan memperoleh informasi yang relevan.<sup>27</sup> Wawancara dilakukan kepada

---

<sup>24</sup> Mudrajad Kuncoro, Ph.D, Op.Cit, h. 118.

<sup>25</sup> Sugiyono, Op.Cit, h.85.

<sup>26</sup> Moh Nazir, *Metode penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014),h.154.

<sup>27</sup> Mudrajad Kuncoro, Ph.D, Op.Cit, h. 160.



Seluruh nasabah produk cicil emas Bank syariah mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara terstruktur yang berpedoman pada pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.<sup>28</sup> Bahan dokumentasi terbagi beberapa macam, yaitu otobiografi, klipping, dokumenter pemerintah, atau swasta, data di server dan flashdisk, data di website dan lain-lain. Data jenis ini mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

6. Pengolahan Data

Kartini Kartono mengatakan, pengolahan data adalah sebagai berikut: Pengolahan data berarti menimbang, menyaring, mengatur dan mengklasifikasikan. Menimbang dan menyaring data ialah benar-benar memilih secara hati-hati data relevan tepat dan berkaitan dengan masalah yang tengah diteliti. Mengatur dan mengklasifikasikan ialah menggolongkan dan menyusun menurut aturan tertentu. Setelah data dikumpulkan melalui tahap diatas, peneliti dalam mengelola datanya menggunakan beberapa metode sebagai berikut:<sup>29</sup>

- a. Editing (pemeriksaan data) yaitu mengoreksi apakah data terkumpul sudah lengkap, sudah benar dan sudah sesuai atau relevan dengan masalah.

---

<sup>28</sup> V. Wiratna Sujarweni, Op.Cit, h.32.

<sup>29</sup> Cholid Narbuko, Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*(Jakarta: Bumi Aksara, 2013),h.

- b. Kalsifikasi adalah pengelompokan data sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakan pengecekan.
- c. Interpretasi adalah memberikan penafsiran terhadap hasil persentase yang diperoleh melalui observasi sehingga memudahkan penulis untuk menganalisa dan menarik kesimpulan.

## 7. Analisis Data

Analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>30</sup>

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pendekatan deskriptif kualitatif tidak menggunakan alat statistik, namun menginterpretasikan dengan tabel-tabel, grafik-grafik atau angka-angka yang ada kemudian melakukan uraian dan penafsiran pada tiap variabel yang akan di analisis sehingga mendapatkan hasil guna memecahkan masalah dalam penelitian. Menurut Miles dan Faisal analisis data dilakukan selama pengumpulan data di lapangan dan setelah semua data terkumpul dengan teknik analisis model interaktif. Analisis data

---

<sup>30</sup> Kaelan, M.S. *Metode penelitian kualitatif interdisipliner*, (Yogyakarta: Paradigma, 2012), h. 335.

berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan sebagai berikut :<sup>31</sup>

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting.<sup>32</sup>

b. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya.<sup>33</sup>

c. penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan pertama perlu diverifikasi.

d. Kesimpulan Akhir

Kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah diverifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

---

<sup>31</sup> V. Wiratna Sujarweni, Op.Cit, h.34.

<sup>32</sup> Sugiyono, Loc .Cit, h.247.

<sup>33</sup> V. Wiratna Sujarweni, Loc.Cit.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori Dasar (*Grand Theory*)

##### 1. Teori Stewardship (*Stewardship Theory*)

Teori stewardship merupakan teori yang menggambarkan situasi dimana para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi, sehingga teori ini mempunyai dasar psikologi dan sosiologi yang telah dirancang agar para eksekutif sebagai steward termotivasi untuk bertindak sesuai keinginan principal, selain itu perilaku steward tidak akan meninggalkan organisasinya karena steward berusaha mencapai sasaran organisasinya.

*Stewardship theory* dibangun atas asumsi filosofis mengenai sifat manusia yakni bahwa manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab, memiliki integritas dan kejujuran terhadap pihak lain. Menurut Donaldson dan Davis. Teori stewardship adalah teori yang menggambarkan situasi dimana para manajer akan berperilaku sesuai kepentingan bersama. Teori ini didesain bagi para peneliti untuk menguji situasi dimana para eksekutif dalam perusahaan sebagai pelayan dapat termotivasi untuk bertindak dengan cara terbaik sesuai prinsipnya.<sup>34</sup>

Teori stewardship dapat dipahami dalam produk pembiayaan lembaga perbankan. Bank syariah sebagai principal yang mempercayakan nasabah

---

<sup>34</sup> FX Anton, Menuju Teori Stewardship Manajemen (*Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas AKI Semarang*), h.3.



sebagai steward untuk mengelola dana yang idealnya mampu mengakomodasi semua kepentingan bersama yang memiliki perilaku dimana dia dapat dibentuk agar selalu dapat diajak bekerjasama dalam organisasi, memiliki perilaku kolektif atau berkelompok dengan utilitas tinggi daripada individualnya dan selalu bersedia untuk melayani.

Steward dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan akan mampu memuaskan sebagian besar organisasi yang lain, sebab sebagian besar stakeholder memiliki kepentingan yang telah dilayani dengan baik lewat peningkatan kemakmuran yang diraih organisasi, oleh karena itu steward yang pro organisasi termotivasi untuk memaksimalkan kinerja perusahaan, disamping dapat memberikan kepuasan kepada kepentingan *stakeholder*.<sup>35</sup>

Teori ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara tugas dan tanggung jawab para eksekutif dalam bank syariah sebagai pelayan kejujuran untuk memaksimalkan kinerja perusahaan sehingga berpengaruh terhadap minat nasabah dalam perspektif ekonomi islam agar bank syariah dapat menyalurkan pembiayaan secara optimal.

## **2. Teori Transparansi**

Teori transparansi/keterbukaan juga dibutuhkan dalam hal terkait dengan transparansi berupa pencatatan transaksi seberapa besar jumlah pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh nasabah, hal tersebut bertujuan

---

<sup>35</sup> Citra Dwi Ardiani, *Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Pada Bank Umum Syariah Non Devisa Di Indonesia*, (Thesis, STIE Perbanas, Surabaya) h. 14-15.

untuk menumbuhkan sikap percaya antara bank dengan nasabah sehingga nasabah menggunakan jasa dari bank tersebut.<sup>36</sup>

Teori yang sangat tepat untuk diterapkan dalam penelitian ini. Teori transparansi/keterbukaan mengisyaratkan bahwa nasabah atau pihak yang menggunakan jasa bank butuh adanya transparansi/keterbukaan. Pihak bank wajib menerapkan transparansi informasi mengenai produk bank seperti nama produk bank, jenis produk bank, manfaat dan risiko yang melekat pada produk bank, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan produk bank tersebut.

### **3. Falsafah Pembiayaan di Bank Syariah**

Kaitan antara bank dengan uang dalam suatu unit bisnis adalah penting, namun di dalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan “penghisapan” dari satu pihak ke pihak lain (bank dengan nasabahnya). Kedudukan bank syariah dalam hubungan dengan para nasabah adalah sebagai mitra investor dan pedagang, sedang dalam hal bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur atau debitur.

Sehubungan dengan jalinan investor dan pedagang tersebut, maka dalam menjalankan pekerjaannya, bank syariah menggunakan berbagai teknik dan metode investasi. Kontrak hubungan investasi antara bank syariah dengan nasabah ini disebut pembiayaan. Dalam aktivitas akan menjalankan dengan dengan berbagai teknik dan metode yang penerapannya tergantung pada

---

<sup>36</sup> Amira Nurlatifah, Perlakuan Akuntansi Murabahah Dalam Pembiayaan Kpr (Kredit Perumahan Rakyat) Syariah Ditinjau Dari Psak No.102 Pada Bank Btn Syariah Surabaya, *jurnal Akuntansi*, h.2.

tujuan dan aktivitas, seperti kontrak *Mudharabah*, *musyarakah*, dan yang lainnya. Disamping itu, bank syariah juga terlibat dalam kontrak *murabahah*. Mekanisme perbankan syariah yang berdasarkan prinsip mitra usaha, adalah bebas bunga. Oleh karena itu, soal membayarkan bunga kepada para depositor atau pembebanan suatu bunga dari para nasabah tidak timbul.

Dalam pelaksanaan pembiayaan, bank syariah harus memenuhi :

1. Aspek syariah, berarti dalam setiap realisasi pembiayaan kepada para nasabah bank syariah harus tetap berpedoman pada syariat Islam (antara lain tidak mengandung unsur *maisir*, *gharar*, dan *riba* serta bidang usahanya harus halal.
2. Aspek ekonomi, berarti disamping mempertimbangkan hal-hal syariah bank syariah tetap mempertimbangkan perolehan keuntungan baik bagi bank syariah maupun bagi nasabah bank syariah.<sup>37</sup>

#### **4. Akad yang Digunakan Dalam Produk BSM Cicil Emas**

Dalam istilah fiqh, secara umum akad yaitu berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik munculnya dari suatu pihak, seperti wakaf, talak dan sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak. Seperti jual beli, sewa, wakalah, dan gadai.<sup>38</sup>

Akad merupakan sebuah pertalian antara ijab (pernyataan salah satu pihak yang bertransaksi) dan qobul (ungkapan penerimaan yang diucapkan oleh pihak lain) yang menimbulkan pengaruh pada objek transaksi. Pertalian

---

<sup>37</sup> Muhamad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), h. 8

<sup>38</sup> Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), h. 35

antara ijab dan qabul mengikat kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Masing masing pihak yang melibatkan diri dalam akad yang harus melaksanakan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan. Dalam sebuah akad (syarat dan ketentuan sudah ditetapkan secara spesifik dan jelas, sehingga bila salah satu atau kedua belah pihak melakukan wanprestasi (tidak dapat memenuhi kewajiban), ia akan menerima sanksi sesuai kesepakatan dalam akad.<sup>39</sup>

Dalam produk BSM cicil emas, bank syariah mandiri menggunakan akad murabahah. Akad murabahah adalah transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.<sup>40</sup>

Dalam penyaluran pembiayaan berdasarkan akad *murabahah* undang-undang perbankan syariah memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan akad *murabahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.<sup>41</sup>

Kodifikasi produk perbankan syariah memberikan definisi akad *murabahah* dari segi transaksi *murabahah*, sedangkan UU perbankan syariah

---

<sup>39</sup> Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013), h. 25.

<sup>40</sup> Huruf B Angka III.b *Kodifikasi Produk Perbankan Syariah*, Lampiran SEBI No. 10/31/DPbs.

<sup>41</sup> Penjelasan Pasal 19 Ayat (1) Huruf D UU Perbankan Syariah.

memberikan definisi akad *murabahah* dari pengertian produk pembiayaan sebagai salah satu bentuk kegiatan usaha bank syariah.<sup>42</sup>

Jual beli *murabahah* merupakan persetujuan jual beli yang dilakukan telah disepakati antara pihak terhadap pengadaan suatu barang dengan harga sebesar harga pokok itu ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati diawal terjadinya akad serta persetujuan proses pembayaran pelunasan yang dilakukan.<sup>43</sup> *Murabahah* merupakan salah satu sistem yang diyakini oleh para ulama untuk menghindari terjadinya transaksi yang menimbulkan praktik ribawi dalam transaksi yaitu penerimaan bunga, dimana bank berposisi sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli terhadap suatu barang. Oleh karena itu, rukun-rukun dan syarat *murabahah* sangat berkaitan dengan rukun serta syarat jual beli pada umumnya.

Jual beli yaitu harus mempunyai rukun dan syarat, agar bisa jual beli dinyatakan sah menurut syara. Suatu transaksi jual beli dalam Islam harus diawali dengan ijab dan qobul. Dalam ijab dan qobul tidak ada ketentuan menggunakan kata-kata khusus karena ketentuan hukumnya ada pada akad dengan tujuan dan makna, bukan dengan kata-kata dan bentuk kata itu sendiri.<sup>44</sup>

Dalam menentukan rukun jual beli, terdapat perbedaan pendapat antara ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama. Rukun jual beli menurut ulama

---

<sup>42</sup> A. Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.200

<sup>43</sup> Azmi, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Tingkat Pengambilan Keuntungan Dalam Jual Beli Murabahah* (Fakultas Syariah : Perpustakaan Fakultas Syariah IAIN, Banda Aceh, 2009), h.18.

<sup>44</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, jilid 12 ( terj. Ka ma ludin a marzuki), (Bandung : Pustaka, 1988), .h.49.



Hanafiyah hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan membeli dari pembeli) dan *qabul* (ungkapan menjual dari penjual). Menurut mazhab ulama Hanafi ini yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak tersebut terletak pada kegiatan transaksi jual beli itu yang tergambar pada *ijab* dan *qabul* atau saling memberikan/menukarkan barang dengan barang.<sup>45</sup>

Sementara jumhur ulama menyatakan bahwa, rukun *murabahah* ada tiga yaitu:

- a. Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli)
- b. Ada *sighat* (lafaz *ijab* dan *qabul*)
- c. Ada barang yang dibeli dan nilai barang keuntungan yang diberitahukan.
- d. Nilai barang dan keuntungan yang diberitahukan.<sup>46</sup>

Namun, menurut ulama Hanafiyah, orang yang berakad, barang yang dijual beli dan nilai tukar barang termasuk kedalam syarat-syarat jual beli, bukan rukun jual beli. Syarat *murabahah* Menurut Syafii Antonio syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam akad *murabahah* antara lain<sup>47</sup>

- a. Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah.
- b. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- c. Kontrak harus bebas dari *riba*.

---

<sup>45</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, .h.115

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta : Gema Insani, 2001), h.102

- d. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- e. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya pembelian dilakukan dengan utang

*Murabahah* pada awalnya yaitu konsep jual beli yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan pembiayaan. Namun demikian, bentuk jual beli ini kemudian digunakan oleh perbankan syariah dengan menambah beberapa konsep lain sehingga menjadi bentuk pembiayaan. Akan tetapi validitas transaksi seperti ini tergantung pada beberapa syarat yang benar-benar harus diperhatikan agar transaksi tersebut diterima secara syariah.<sup>48</sup>

## **5. Bentuk-bentuk Akad *Murabahah* Antara Lain Sebagai Berikut:**

### **a. *Murabahah* sederhana**

*Murabahah* sederhana adalah bentuk akad *murabahah* ketika penjual memasarkan barangnya kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah margin keuntungan yang diinginkan.

### **b. *Murabahah* kepada pemesanan**

Bentuk *murabahah* ini melibatkan tiga pihak, yaitu pemesanan, pembeli dan penjual. Bentuk *murabahah* ini juga melibatkan pembeli sebagai perantara karena keahliannya atau karena kebutuhan pemesan akan pembiayaan. Bentuk *murabahah* inilah yang diterapkan perbankan syariah dalam pembiayaan.<sup>49</sup>

## **6. Landasan Hukum Pembiayaan Akad *Murabahah***

---

<sup>48</sup> Op.Cit., h.82

<sup>49</sup> Op.Cit., h.83

a. Al-Qur'an dan Hadits

*Murabahah* merupakan bagian dari jual beli dan sistem ini mendominasi produk-produk yang ada di semua bank Islam. Jual beli merupakan salah satu sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia yang diridhai oleh Allah SWT :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa : 29)

Berdasarkan ayat di atas, maka jual beli *murabahah* diperbolehkan karena berlakunya ayat secara umum. Allah berfirman : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Allah tidak berfirman “Allah telah menghalalkan jual beli saham, Allah telah menghalalkan jual beli *khiyar*, Allah telah menghalalkan jual beli *murabahah*. Akan tetapi berfirman secara umum, yaitu menghalalkan jual beli. Kemudian ketika mengharamkan, Allah secara khusus menyebutnya dengan riba. Hal ini menunjukkan bahwa jual beli yang dihalalkan jauh lebih banyak dari pada jual beli yang diharamkan.”<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Muhammad Bin Muhammad Al-Mukhtar Syanqiti, *Syarh Zad Al-Mustaqna'li Al-Syanqiti*, (Digital Library, Al-Maktabah Al-Syamilah Al-Isdar Al-Sani, 2005), h.8

b. Fatwa DSN-MUI

Fatwa DSN-MUI tentang *Murabahah* ada beberapa Fatwa DSN-MUI berkenaan dengan akad *Murabahah* yang harus dipedomani untuk menentukan kebenaran akad *murabahah*. Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murabahah*:<sup>51</sup>

- 1) Ketentuan umum *murabahah* dalam bank syari'ah
  - a) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
  - b) Barang yang diperjual belikan yang tidak diharamkan oleh Syari'ah Islam. Bank yang membiayai sebagian atau keseluruhan harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
  - c) Bank membeli barang yang dibutuhkan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
  - d) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, jika pembelian dilakukan secara utang.
  - e) Bank kemudian menjual barang-barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli *plus* keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
  - f) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
  - g) Untuk mencegah terjadinya penyalahan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khususnya

---

<sup>51</sup> Fatwa DSN-MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murabahah*, tersedia di : <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/murabahah> di akses pada 11.35 AM 31/01/2019

dengan nasabah. Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

2) Ketentuan *murabahah* kepada nasabah

- a) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
- b) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
- c) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli) nya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat, kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual-beli.
- d) Dalam jual-beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
- e) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya *rill* bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
- f) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.



3) Jaminan dalam *Murabahah*

- a) Jaminan dalam *murabahah* dibolehkan agar nasabah serius dengan pesannya.
- b) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

4) Utang dalam *murabahah*

- a) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi *Murabahah* tidak ada kaitanya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
- b) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsurannya berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
- c) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

5) Penundaan pembayaran dalam *murabahah*

- a) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda.
- b) Jika nasabah menunda-menunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya maka

penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

- 6) Bangkrut dalam *murabahah* Jika nasabah telah menyatakan *pailit* dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan.

## **7. Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Sistem ekonomi Islam itu sungguh istimewa, sebuah sistem yang mendasar kepada nilai-nilai *humanisme*, keadilan, kejujuran, kebersamaan, jauh dari unsur kezaliman dan riba. Dan di dalam pemikiran ekonomi Islam terkait prinsip pasar harus mengandung nilai moralitas, maknanya yaitu persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Untuk mengimplementasikan nilai moralitas tersebut, maka ini merupakan tugas personal pelaku pasar. Sehingga, pada dasarnya prinsip tersebut dapat dijalankan demi kestabilan ekonomi.

Ajaran Islam memberi perhatian besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna adalah *resultan* dari kekuatan yang bersifat massal dan *impersonal* yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menderita kerugian. Oleh karena itu, Islam

sangat mempertimbangkan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Hal yang perlu kita sadari adalah saat ini sistem kapitalisme menguasai pasar. Konsep pemikirannya dengan menghilangkan peran pemerintah terhadap pasar. Jika terjadi harga naik, maka masyarakatlah yang serta merta menanggungnya. Sungguh hal ini bertolak belakang dengan sistem ekonomi Islam. Kapitalisme dibentuk atas landasan nilai (*value*) materialisme-hedonisme, yang dilatar belakangi dan diorientasikan kepada segala sesuatu yang bersifat duniawi saja. Kapitalisme sendiri dibangun atas pandangan dunia sekuler yang memisahkan hal-hal bersifat material dan spiritual (dunia dan akhirat). Sehingga tidak heran dalam pemikirannya selalu berbicara soal untung dan rugi saja.

Berangkat dari sebuah pemikiran dari Ibnu Taimiyah terkait mekanisme harga. Ibnu Taimiyah merekomendasikan penetapan harga oleh pemerintah. Sehingga, otoritas pemerintah melakukan penetapan dan pengawasan harga demi terciptanya keadilan. Penjual dan pembeli sama-sama merasakan keadilan. Sehingga kita membutuhkan otoritas pemerintah dalam melakukan pengawasan harga demi kestabilan harga di pasar. Untuk mewujudkan hal ini dibutuhkan juga regulasi harga guna memelihara kejujuran dan kemungkinan masyarakat agar dapat menentukan kebutuhannya. Dalam menentukan harga maka tidak lepas dengan penawaran dan permintaan. Sebagaimana bunyi hukum penawaran “semakin tinggi harga, semakin banyak jumlah barang yang bersedia ditawarkan. Begitu juga sebaliknya.”

Maka, mekanisme pasar dapat menghasilkan sesuatu yang adil dan bijak dari berbagai kepentingan masyarakat yang bertemu dipasar. Mekanisme pasar yang berjalan dalam sistem ekonomi Islam mempunyai konsep Islam dalam hal penentuan harga yang berbasis pada kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Namun dalam kerangka keadilan dengan tidak ada pihak yang akan dirugikan.

Belajar pada sejarah di masa Rasulullah, pasar memiliki peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim. Hampir seluruh kegiatan ekonomi terjadi di pasar. Sehingga, dapat dikatakan pasar sebagai tempat terbesar terjadinya perputaran uang untuk mendongkrak perekonomian di dalam suatu negara.

Sebagai contoh dengan konteks masa kini, pusat perbelanjaan (*mall*) dijadikan sebagai tempat belanja sekaligus tempat rekreasi hampir setiap golongan. Namun, jumlah pedagangannya tidak sebanyak seperti di pasar tradisional. Dari sisi tersebut dapat dikatakan bahwa jumlah pedagang yang mendapatkan keuntungan di pasar tradisional jauh lebih banyak dari pada di mall. Sebab kepemilikan modal yang ada di pasar tradisional jauh lebih beragam dibandingkan di mall. Bukankah dengan semakin banyak yang melakukan usaha maka akan banyak pula yang mendapatkan kesejahteraan.

Perhatikan pula pada perilaku sebagian masyarakat akan jauh lebih bangga menggunakan produk dari luar negeri yang sudah jelas keuntungan terbesarnya diterima oleh negara produsen. Padahal, dengan jumlah uang yang ada di Indonesia bagaimana caranya dapat berputar di Indonesia juga

bagi seluruh lapisan masyarakat. Bagaimana para ekonom Muslim menjawab tantangan ini demi menciptakan pengembangan ilmu pengetahuan agar teori ekonomi Islam dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Banyak sekali pelaku pasar yang menciptakan mekanisme pasarnya sendiri dengan menjadikan konsumen sebagai kaum yang dengan mudahnya tertipu. Sudah saatnya pemerintah berbenah melakukan pengawasan mekanisme pasar demi terciptanya keadaan yang adil tanpa ada pihak yang dizhalimi. Dengan demikian, salah satu upaya dan tanggung jawab pemerintah untuk mensejahterakan masyarakatnya akan terwujud. Mekanisme pasar yang dilaksanakan sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga, dalam kehidupan nyata kita mampu mempraktekkan konsep-konsep Islam secara *kaffah* (menyeluruh).

#### **8. Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai**

Mengenai hukum jual beli emas secara angsuran, ulama berbeda pendapat sebagai berikut:

- a. Dilarang, ini pendapat mayoritas fuqaha, dari mazhab Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hambali;
- b. Boleh, ini pendapat Ibnu Taimiyah, Ibnu Qayyim dan ulama kontemporer yang sependapat.

Ulama yang melarang mengemukakan dalil dengan keumuman hadis-hadis tentang riba, yang antara lain menegaskan: “Janganlah engkau menjual emas dengan emas dan perak dengan perak, kecuali secara tunai.” Mereka menyatakan, emas dan perak adalah *tsaman* (harga, alat pembayaran, uang)



yang tidak boleh dipertukarkan secara angsuran maupun tangguh, karena hal itu menyebabkan riba. Sementara itu, ulama yang mengatakan boleh mengemukakan dalil sebagai berikut:

- a. Bahwa emas dan perak adalah barang (*sil'ah*) yang dijual dan dibeli seperti halnya barang biasa, dan bukan lagi *tsaman* (harga, alat pembayaran dan uang).
- b. Manusia sangat membutuhkan untuk melakukan jual beli emas. Apabila tidak diperbolehkan jual beli emas secara angsuran maka rusaklah kemaslahatan manusia dan mereka akan mengalami kesulitan.
- c. Emas dan perak setelah dibentuk menjadi perhiasan berubah menjadi seperti pakaian dan barang bukan merupakan *tsaman* (harga, alat pembayaran, uang). Oleh karenanya tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara perhiasan dengan harga (uang), sebagaimana tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara harga (uang) dengan barang lainnya, meskipun bukan dari jenis yang sama.
- d. Sekiranya pintu (jual beli emas secara angsuran) ini ditutup maka tertutuplah pintu utang piutang, masyarakat akan mengalami kesulitan yang tidak terduga. Hal ini diperkuat oleh teori proyeksi bisnis/ investasi. Bisnis hakikatnya adalah merancang masa depan untuk memperoleh nilai tambah. Masa depan adalah sesuatu yang tidak pasti. Untuk mengetahui sesuatu yang tidak pasti maka pelaku bisnis dapat melakukan peramalan. Teknik peramalan tersebut biasa disebut *forecasting*. Terkait dengan peramalan/proyeksi, Rasulullah membolehkan melakukan. Hal ini

dijelaskan oleh Imam Malik dalam kitab Al-Muwaththa “dalam bab jual beli” Ariyah. Sebagaimana tertuang dalam hadits berikut:Yahya meriwayatkan kepadaku dari Malik, dari Nafi’I, dari Absullah bin Umar, dari Zaid bin Tsabit, bahwa Rasulullah SAW, memperbolehkan pemilik pohon yang berbuah untuk menjualnya dengan cara menafsirnya (*bikharshiha*).<sup>52</sup>

## 9. Potensi Risiko Investasi Emas

Secara umum resiko investasi pada Emas lebih kecil ketimbang pada instrument investasi yang lain. Hal tersebut disebabkan nilai emas cenderung naik dari waktu ke waktu. Berikut ini adalah beberapa potensi resiko investasi pada logam mulia :<sup>53</sup>

### a. Likuiditas

Likuiditas umumnya bank syariah bersedia membeli emas atau produk batangan, namun belum semuanya menerima dinar atau dirham yang kita jual. Demikian pula dengan toko-toko emas. Jadi, bila ingin mencairkan dinar atau dirham, sebaiknya kita tawarkan kepada agen penjual dinar atau dirham tempat kita membeli atau agen lain yang masih satu jaringan dengannya. Sementara itu, untuk menjual kembali perhiasan sebaiknya kita tawarkan ke toko tempat tinggal kita membeli perhiasan tersebut.

---

<sup>52</sup> Muhamad, Op, Cit, h.195.

<sup>53</sup> Abdul Aziz, M.Ag., Op.Cit, h.31.

b. Keamanan

Karena wujudnya yang kecil, faktor keamanan juga harus diperhatikan, baik dari upaya pencurian maupun bahaya kebakaran. Sebaiknya kita menyewa *safety box* di bank untuk menyimpannya.

c. Pasar

Yang dimaksud resiko pasar adalah penurunan harga. Seperti komoditas yang lain, dalam jangka pendek (misalnya kurang dari 6 bulan) harga Emas berfluktuasi. Oleh sebab itu, perhatikan dengan baik tujuan investasi ketika ingin memasukkan emas dalam portofolio.

## 10. Strategi promosi

a. Pengertian promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan yang dilakukan dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Schoell mengemukakan bahwa promosi sebagai usaha yang dilakukan oleh

marketer, berkomunikasi dengan calon *audiens*. Dimana komunikasi disini didefinisikan sebagai proses membagi ide, informasi dan perasaan audiens.

b. Tujuan dan jenis promosi

Tujuan utama dari promosi adalah agar konsumen mengenal produk yang ditawarkan, setelah mengenal maka konsumen akan mempunyai suatu ketertarikan dan akhirnya konsumen tersebut memutuskan untuk membeli produk atau barang ataupun jasa yang ditawarkan. Adapun hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam promosi yaitu siapa, apa yang disampaikan, ditujukan pada siapa, media promosi dan juga tujuan. Promosi dibagi menjadi dua bagian, yaitu promosi penjualan (*trade promotion*) dan promosi konsumen (*consumer promotion*). Promosi penjualan dilakukan untuk meningkatkan penjualan suatu produk, sedangkan promosi konsumen dilakukan untuk memberikan *insentif* kepada konsumen, agar tetap setia terhadap suatu produk.

Promosi, khususnya dalam industri ritel, dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu yang pertama *Above The Line*. Bentuk promosi *above the line* merupakan bentuk promosi yang menggunakan sarana promosi berupa media tradisional sebagai sarana penyampaian pesan yang efektif. Bentuk promosi ini biasanya berbentuk komisi bagi agen penjualan, menggunakan media massa seperti televisi, radio, koran, film, serta pembagian brosur. Sementara yang kedua adalah *Below The Line*. Bentuk promosi yang dilakukan tidak seperti biasanya dan dilakukan secara tidak langsung. Promosi *below the line* ini bersifat terselubung dan tanpa menggunakan

media, dengan tujuan membangun citra positif suatu produk. Promosi ini dapat berbentuk pemberian tambahan pada jasa yang dilakukan oleh tenaga penjual, pemberian *sponsorship* pada suatu kegiatan, melaksanakan kegiatan sosial, pameran-pameran, pemberian contoh gratis, pemberian uang tunai/hadiah langsung dan sebagainya.

c. Bauran promosi

Bauran promosi (*promotion mix*) menggambarkan cara-cara kreatif yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa bauran promosi sebagai media komunikasi pemasaran memiliki lima kegiatan utama, yaitu sebagai berikut.<sup>54</sup>

1) Pemasaran secara langsung

Pengertian pemasaran langsung adalah suatu proses atau sistem pemasaran dimana orang atau organisasi yang melakukan pemasaran tersebut berkomunikasi langsung dengan target konsumen untuk melakukan penjualan.<sup>55</sup> Pemasaran Langsung (*Direct marketing*) akan menghasilkan respons atau transaksi dengan target konsumen. Pemasaran langsung akan menghasilkan beberapa respon dari target konsumen yang dibidik, diantaranya adalah:

---

<sup>54</sup> Kasmir, Op. Cit, h. 177-179.

<sup>55</sup> Maxmanroe. "Pengertian Pemasaran Langsung Serta Kelebihan dan Kekurangan Direct Marketing". (On-line), tersedia di: <https://www.maxmanroe.com/pengertian-pemasaran-langsung.html> (23 Agustus 2019).



- a) *Inquiry*: sebuah respon dari target konsumen dengan memberikan informasi yang penting guna melakukan observasi dan atau eksperimen untuk menemukan solusi terhadap sebuah masalah.
- b) Dukungan: respon dalam bentuk dukungan yang diberikan oleh target konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Hal ini bisa juga sebagai apresiasi dari konsumen terhadap proses direct marketing yang kita terapkan.
- c) Pembelian: respon dari konsumen yang berminat dengan produk yang ditawarkan dan kemudian melakukan pembelian.

*Direct marketing* berbeda dengan personal branding, promosi penjualan, dan *public relations*. Kegiatan pada *direct marketing*/pemasaran langsung ini dilakukan tanpa adanya perantara sehingga akan memangkas biaya promosi dan bisa menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

## 2) Periklanan

Periklanan merupakan semua bentuk penyajian dan promosi *non personal* atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu. Iklan digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi orang. Tanpa iklan, para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual barangnya. Sedangkan disisi lain, para pembeli tidak akan mempunyai cukup informasi mengenai produk-produk barang dan jasa yang tersedia di pasaran. Iklan yang disampaikan sebaiknya diramu sedemikian rupa,

sehingga pesan yang disampaikan mudah dicerna dan dimengerti masyarakat dan mengandung informasi yang benar. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat :

- a) Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis
- b) Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau di pusat perbelanjaan
- c) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis
- d) Pemasangan melalui media massa seperti koran atau majalah
- e) Pemasangan melalui media elektronik seperti televisi dan radio
- f) dan menggunakan media lainnya.

Terdapat beberapa tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi yaitu :

- a) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- b) Mengingatkan kembali kepada konsumen tentang keberadaan dan keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- c) Menarik perhatian dan minat para calon pembeli dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari calon pembeli.
- d) Mempengaruhi konsumen dari perusahaan pesaing agar berpindah ke perusahaan kita.

- e) Mengendalikan perilaku. Membentuk perilaku konsumen melalui iklan.
- f) Membantu ekspansi pasar.

## **B. Tinjauan Pustaka**

Untuk menghindari penelitian terhadap objek yang sama atau pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama, serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu maka perlu dilakukan *review* terhadap kajian yang pernah ada. Namun penelitian tentang objek emas telah banyak ditemukan dalam beberapa penelitian terdahulu. Penulis meninjau dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk dijadikan acuan dalam pembahasan masalah yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan diantaranya adalah sebagai berikut.

Penelitian pertama dilakukan oleh Sholeh 2014 di Universitas Negeri Surabaya. Menyimpulkan bahwa investasi emas memiliki keuntungan lebih menarik, baik dilihat dari tingkat harga maupun dari hasil yang diperoleh dari investasi tersebut. Dilihat dari segi resikonya investasi emas juga memiliki resiko yang lebih rendah dibandingkan dengan investasi pada instrumen lain. Hal ini dapat mencegah kerugian yang dialami investor. Disamping itu investasi emas memberikan hasil yang lebih menguntungkan dan lebih aman.

Penelitian Ulirrahmi 2012 di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Menyimpulkan bahwa investasi emas diperbolehkan dalam

Islam sebagai wujud pengetahuan manusia, perintah Allah SWT kepada manusia sebagai khalifah untuk memakmurkan bumi. Syarat-syarat dalam berinvestasi emas sesuai dengan hukum Islam adalah penetapan niat dan tujuan ketika berinvestasi, jangka waktu investasi harus jelas agar perputaran roda ekonomi tidak terhambat dan transaksi yang dilakukan tidak berbasis riba. Investasi dalam perbankan syariah diperbolehkan dalam Islam karena akadnya jelas yaitu *murabahah*, akad *wakalah*, dan akad *rahn*. Syarat-syarat dalam ketiga akad tersebut juga telah dipenuhi oleh Bank Syariah maupun Pegadaian.

Penelitian juga dilakukan oleh Elviana 2015 di IAIN Walisongo. Menyimpulkan bahwa mekanisme BSM pembiayaan cicil emas di BSM 11 Kantor Cabang Ungaran terdiri dari beberapa tahapan mulai dari syarat pengajuan, penulisan agunan, pemutusan pembiayaan, pelaksanaan akad dan pencairan pembiayaan. Dalam proses pembiayaan cicil emas berpedoman pada Fatwa No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas secara tidak tunai. Akad yang digunakan menggunakan akad *murabahah* (jual beli) dimana bank sebagai pihak penjual yang menalangi pembelian emas terlebih dahulu dan nasabah sebagai pembeli, membayar dengan cara menyicil selama kurun waktu 2-5 tahun. BSM berpedoman pada DSN MUI No : 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosyidah 2014 di IAIN Mataram. Menyimpulkan bahwa baik secara farsial maupun secara simultan, resiko

investasi dan atribut produk Islami berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi emas di pegadaian syariah. Hal ini dapat terjadi disebabkan oleh banyak faktor kemungkinan diantaranya banyak faktor yang lebih dominan yang akan mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi emas seperti faktor peluang keuntungan yang dipertimbangkan pada saat membeli dan menjual emas. Sedangkan faktor label syariah yang bebas *riba*, *gharar*, dan keterkaitan ideologi atau agama adalah bagian dari faktor yang mempengaruhi minat untuk berinvestasi emas di pegadaian syariah walaupun tidak menjadi faktor yang dominan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anita 2015 di IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Menyimpulkan bahwa perbandingan return logam mulia emas dengan saham perusahaan pertambangan menggunakan Analisis 12Kovarian dengan tingkat signifikan 5% tidak menunjukkan perbedaan yang berarti. Untuk penelitian berikutnya dapat menambah jangka waktu penelitian dan memasukkan variabel makro lainnya yang diduga turut mempengaruhi harga logam mulia emas dan juga harga saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Fajril Hadi 2009 dengan judul “Sistem Pengelolaan Jual Beli *Murabahah* Pada PT.FIF Syariah Di Tinjau Menurut Hukum Islam (studi kasus pada PT.FIF Syariah kota Banda Aceh). Dalam skripsi ini Fajril Hadi membahas tentang bagaimana sistem penyaluran produk *murabahah*, proses pengambilan cicilan pada



PT.FIF Syariah kota Banda Aceh, tinjauan hukum Islam terhadap jual beli murabahah yang diaplikasikan Pada PT.FIF Syariah kota Banda Aceh tentang sistem pengelolaan dan penjualan dengan menggunakan produk murabahah. Dalam skripsi ini dijelaskan bahwa prosedur pengelolaan jual beli murabahah pada PT.FIF Syariah tidak berbeda dengan konvensional, namun perbedaannya dapat dilihat pada konsep pembiayaan, keuntungan yang diperoleh pada pembiayaan konvensional berbasis bunga sedangkan pada PT.FIF menggunakan akad murabahah (jual beli) yang memperoleh keuntungan dari selisih harga jual dan harga beli. Dalam aplikasinya PT.FIF ini juga memperhatikan unsur-unsur kemaslahatan bagi para konsumen yang telah diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen dan fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) tentang jual beli murabahah, ganti rugi dan denda.

Penelitian oleh K halidin Saputra 2014 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keuntungan Yang Diperoleh Pedagang Toko Emas Dari Pengelolaan Uang Dan Emas Simpanan Masyarakat Di Kota Beureunuen”. Dalam skripsi ini membahas tentang bagaimana pandangan hukum Islam melihat tentang pelaksanaan akad al-wadi’ah yad al-dhamanah yang digunakan dalam penitipan atau penyimpanan uang dan emas antara masyarakat dengan pedagang toko emas di kota Beureunuen, selain itu juga menjelaskan tentang pihak-pihak yang memperoleh keuntungan dari hasil pengelolaan simpana yang dilakukan antara pedagang toko emas dengan masyarakat yang mana nisbah bagi

hasil sesuai dengan kesepakatan yang terjadi. Diantara kedua belah pihak tersebut. Secara umum dapat dikatakan praktik penitipan uang dan emas yang dilakukana antara kedua pihak diatas sesuai menurut menurut hukum Islam.

Peneliti bernama Irfan Hidayat, dengan judul penelitian “Analisis Minat Beli Produk Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah ditinjau dari Pengetahuan Terhadap Produk dan Prinsip Operasional Gadai Emas Syariah”, dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Jogjakarta pada tahun 2011 Skripsi ini membahas tentang pengaruh pengetahuan produk dan pengetahuan prinsip operasional produk khususnya produk gadai. Hasil dari skripsi ini adalah bahwasanya pengetahuan produk dan pengetahuan prinsip operasional produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli gadai syariah di BPD DIY khususnya pada tahun 2011. Hal ini disebabkan karena pengetahuan produk adalah salah satu faktor yang membuat seseorang melakukan pertimbangan terlebih dahulu, sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk. Sedangkan minat beli yang disebabkan karena pengetahuan prinsip operasional adalah dikarenakan produk gadai emas syariah adalah produk syariah, yang dalam pengoperasionalannya sesuai dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti saat ini adalah peneliti akan membahas tentang operasional serta mekanisme dari produk BSM Cicil Emas yang nantinya akan dapat menunjukkan apakah produk Pembiayaan BSM

Cicil Emas ini benar-benar merupakan salah satu investasi jangka panjang yang menjanjikan dan menguntungkan dimasa depan.

Penelitian yang dilakukan oleh Adib sebagai skripsi dengan judul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik “Berkebun Emas” Studi Kasus di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Harta Insan Karimah (HIK) Parahyangan Bandung dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Jogjakarta pada tahun 2012 yang membahas tentang investasi berkebun emas menurut perspektif Islam dengan cara membeli emas dengan jumlah tertentu, setelah itu menggadaikannya, uang dari hasil gadai tersebut digunakan kembali untuk membeli emas kemudian menggadaikannya kembali, begitu seterusnya sampai akhirnya uang atau modal yang digunakan habis. Dengan menganalisis kejadian di atas, maka skripsi ini berakhir dengan hasil yaitu praktik “berkebun emas” dilarang dalam hukum islam, karena akan menimbulkan mudharat ekonomi dikemudian hari. Yang dikhawatirkan adalah apabila fenomena bubble economics/ gelembung ekonomi yang dapat pecah sewaktu-waktu.

Selanjutnya juga terdapat jurnal yang ditulis oleh Nevi Hasnita dengan judul “Konsep Dan Bentuk Multi Akad (Hybrid Contract) Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Dalam jurnal ini Nevi Hasnita menerangkan tentang konsep multi akaddan produk-produk multi akad yang terdapat dalam perbankan syariah. Multi akad dalam perbankan syariah berpedoman pada Fatwa DSN MUI sebagai landasan operasioanal, menerangkan juga bentuk-

bentuk multi akad yang dibolehkan dan dilarang dalam kegiatan muamalah. Multi akad yang dijelaskan oleh Nevi Hasnita lebih berfokus kepada keumuman konsep dan bentuk multi akad dalam fatwa DSN-MUI.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah konsep mengenai bagaimana satu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara terperinci.

#### 1. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk dan jasa. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukan untuk mendorong permintaan.<sup>56</sup>

#### 2. Syarat, ketentuan dan resiko

Peryaratan adalah aturan, perjanjian dan sesuatu permintaan yang harus dipenuhi oleh nasabah bersangkutan dalam melakukan pembiayaan. Produk cicil emas yang memiliki beberapa ketentuan dalam pembiayaannya seperti ketentuan usia, ketentuan uang muka, ketentuan

---

<sup>56</sup> Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), h.349

akad yang digunakan yaitu akad murabahah. Akad murabahah digunakan merujuk pada Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 77 tahun 2010 tentang Jual beli emas secara tidak tunai. Alasan-alasan nasabah memilih pembiayaan logam mulia:<sup>57</sup>

- a. Mengikuti syariat Islam
- b. Prinsip Bebas Bunga
- c. Mudah persyaratannya
- d. Margin keuntungan yang harus diberikan lebih rendah dibandingkan dengan bank.

Risiko cicil emas berupa risiko harga emas yang tidak meningkatkan atau meskipun meningkat namun kenaikannya lebih rendah dari margin. Jika ini terjadi, maka nasabah akan menerima nilai emas yang lebih rendah dibandingkan jumlah pembayaran ke bank. Selain itu, risiko emas tidak dibeli atau tidak diserahkan kepada nasabah (ketika cicilan emas lunas) oleh pihak yang memberikan cicilan atau kredit emas yaitu bank syariah.

### 3. Mekanisme dan Penerapan Akad

Mekanisme cicil emas Bank Syariah Mandiri tidak terlalu sulit bagi para nasabah yang mampu secara finansial untuk membayar cicilan emas setiap bulannya. Dan penerapan akad pada produk cicil emas Bank Syariah Mandiri menggunakan akad mudharabah.

### 4. Minat Nasabah

---

<sup>57</sup> rayana Harpen, "Kajian Akad Pembiayaan Logam Mulia untuk Masyarakat pada Pegadaian Syariah". Jurnal Kewirausahaan, Vol.13 No.1 (Januari-Juli 2014), h. 48.



Minat beli merupakan bagian terpenting dari seseorang dalam pengambilan keputusan. Menurut Mehta, minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merk atau mengambil suatu tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.<sup>58</sup>



---

<sup>58</sup> Solihul Hadi, diakses di <http://ilmubisnisoke.blogspot.co.id/2011/01/mengenai-minat-beli-html:diunduh> pada Selasa 25 Agustus 2019, pukul:17.10

### **BAB III**

#### **DATA HASIL PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum Bank Syariah Kcp UNIT 2 Tulang Bawang**

###### **1. Sejarah Singkat Berdirinya Bank Syariah Mandiri**

Krisis multi-dimensi yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998 membawa hikmah tersendiri bagi tonggak sejarah sistem perbankan syariah di Indonesia. Di saat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan.

Di sisi lain, untuk menyelamatkan perekonomian secara global, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan 4 (empat) bank milik pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo, menjadi satu, satu bank yang kokoh dengan nama PT bank Mandiri (Persero) Tbk. Pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB). PT BSB merupakan salah satu Bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT BSB juga melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Sebagai tindak lanjut dari pemikiran pengembangan sistem ekonomi syariah, pemerintah memberlakukan UU No.10 tahun 1998 yang memberi

peluang bagi bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Sebagai respon, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengembangan perbankan syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah dikelompok perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Tim pengembangan perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Syariah Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah.

Oleh karenanya, tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB bertransformasi dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.<sup>59</sup>

## **2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri**

Dalam rangka meningkatkan operasional BSM Kcp Unit 2 Tulang Bawang serta untuk mengatasi permasalahan dan tantangan yang dihadapi di masa depan, maka dirumuskan Visi dan Misi BSM sebagai gambaran cita-cita serta harapan yang ingin diwujudkan dalam kurun waktu lima tahun kedepan.

### **a. Visi**

#### **1) Untuk Nasabah**

---

<sup>59</sup>Sejarah Bank Syariah Mandiri (On-line), tersedia di: [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id) (16 Juni 2019).

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan.

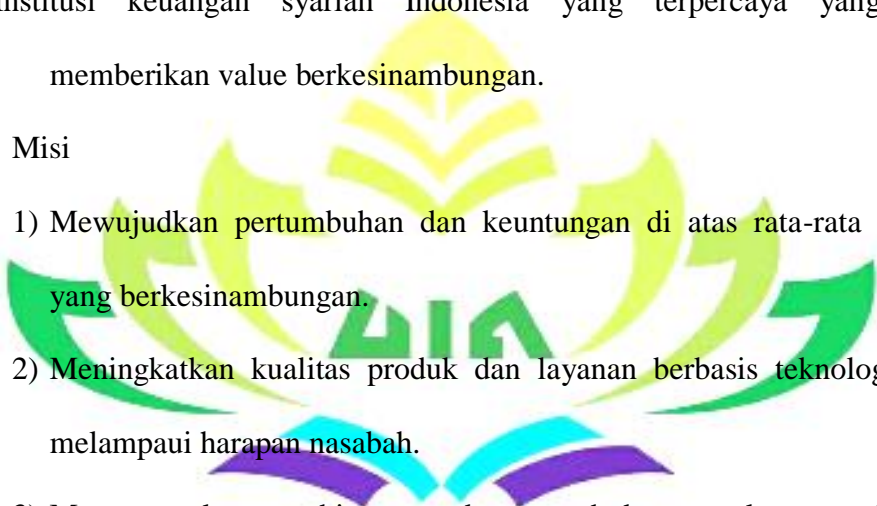
2) Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir professional.

3) Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

b. Misi

- 
- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
  - 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
  - 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
  - 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai universal.
  - 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
  - 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.<sup>60</sup>

### 3. Lokasi Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang

Untuk menjunjung kelengkapan data dalam penelitian ini, penulis membuat data perusahaan dan lokasi Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang yaitu sebagai berikut:<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Fahima Turjuman, Customer Service, wawancara pribadi Bank Syariah Mandiri Kcp unit 2 Tulang Bawang, 12 JUNI 2019.

Nama perusahaan : PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 tulang Bawang  
Alamat : Jl. Raya Lintas Timur No. 24-25 Unit 2, Tulang Bawang,  
Lampung-34682  
Telepon : (0726) 750169  
Situs website : [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id)

## **B. Sumber Data Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang**

### **1. Strategi Promosi Produk Cicil Emas**

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan yang dilakukan dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Produk cicil emas memudahkan nasabah yang ingin memiliki emas dengan cara cicilan atau angsuran. Strategi promosi sangat penting dilakukan suatu perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan memperbanyak jaringan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara penulis memperoleh informasi mengenai strategi promosi, syarat dan ketentuan, mekanisme cicil emas Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang yaitu sebagai berikut :

- 1) Strategi Promosi Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang

Hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan nasabah yang telah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang sebagai responden. Pada bagian ini terdapat 5

---

<sup>61</sup>Alamat Bank Syariah Mandiri (On-line) tersedia di: [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id)  
(16Juni2019)



pertanyaan untuk 7 responden nasabah pembiayaan produk cicil emas dengan jawaban YA atau TIDAK mengenai strategi promosi pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang diuraikan sebagai berikut:<sup>62</sup>

- a) Dari 7 nasabah sebanyak 5 nasabah menjawab YA atau sebesar atau sebesar 71.42% dan 2 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 28.57%. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih tertarik dengan adanya hadiah hadiah yang di berikan oleh BSM Kcp Unit 2 Tulang Bawang.
- b) Dari 7 nasabah sebanyak 5 nasabah menjawab YA atau sebesar atau sebesar 71.42% dan 2 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 28.57%. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih berminat dengan promosi iklan dan selebaran brosur beli emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang.
- c) Dari 7 nasabah sebanyak 0 nasabah menjawab YA atau sebesar 0%. dan 7 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 100%. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih bnayak yang tidak memilih website di karenakan banyak orang yang belum menguasai media sosial. Jadi mereka lebih baik promosi secara langsung maupun lewat brosur.
- d) Dari 7 nasabah sebanyak 7 nasabah menjawab YA atau sebesar 100% dan 0 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 0%. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak yang berminat dengan

---

<sup>62</sup> Fahima Turjuman, *Customer Service*, Wawancara Pribadi Bank Syariah Mandiri Kcp unit 2 Tulang Bawang, 12 JUNI 2019.

adanya produk cicil emas melalui secara langsung di BSM Kcp Unit 2 Tulang Bawang.

- e) Dari 7 nasabah sebanyak 4 nasabah menjawab YA atau sebesar 57,14% dan 3 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 42,85%. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak yang sudah menjadi media informasi, bisnis, dan kebutuhan yang baik bagi nasabah dalam bertransaksi di BSM Kcp Unit 2 Tulang Bawang.

## 2) Syarat-Syarat, Ketentuan dan Resiko Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang

Hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan nasabah yang telah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Tulang bawang sebagai responden. Pada bagian ini terdapat 5 pertanyaan untuk 7 responden nasabah pembiayaan produk cicil emas dengan jawaban YA atau TIDAK mengenai syarat, ketentuan dan resiko pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang diuraikan dalam berikut :

- a) Dari 7 nasabah sebanyak 3 nasabah atau sebesar 42.85%. dan menjawab YA dan 4 nasabah atau sebesar 57.14% menjawab TIDAK. Dari data dapat disimpulkan bahwa uang muka yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang tidak memberatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang.
- b) Dari 7 nasabah sebanyak 2 nasabah atau sebesar 28.57%. dan menjawab YA dan 5 nasabah atau sebesar 71.42% menjawab TIDAK. Dari data

dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak keberatan dengan adanya syarat syarat pembiayaan kepemilikan emas yang di tetapkan oleh BSM.

c) Dari 7 nasabah sebanyak 2 nasabah atau sebesar 28.57% dan menjawab YA dan 5 nasabah atau sebesar 71.42% menjawab TIDAK. Dari data dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak keberatan dengan adanya biaya biaya pada pembiayaan produk cicil emas yang di tentukan oleh BSM Kcp Unit 2 Tulang Bawang.

d) Dari 7 nasabah sebanyak 6 nasabah atau sebesar 85.71% dan menjawab YA dan 1 nasabah atau sebesar 14.28% menjawab TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa pembiayaan produk cicil emas dengan pembiayaan cukup besar membuat nasabah lebih fleksibel dalam memilih satuan emas yang diinginkan.

e) Dari 7 nasabah sebanyak 5 nasabah atau sebesar 71.42% dan menjawab YA dan 2 nasabah atau sebesar 28.57% menjawab TIDAK. Dari data dapat disimpulkan bahwa nasabah keberatan dengan adanya resiko pada Pembiayaan Produk Cicil emas mempengaruhi nasabah untuk tidak melakukan pembiayaan Produk Cicil Emas di BSM KCP Unit 2 Tulang Bawang.

### 3) Mekanisme dan penerapan akad Pada Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang

Hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan nasabah yang telah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang sebagai responden. Pada bagian ini terdapat 5 pertanyaan

untuk 7 responden nasabah pembiayaan produk cicil emas dengan jawaban YA atau TIDAK mengenai mekanisme dan penerapan akad pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang diuraikan dalam berikut :

- a) Dari 7 nasabah sebanyak 7 nasabah atau sebesar 100% dan menjawab YA dan 0 nasabah atau sebesar 0% menjawab TIDAK. Dari data tersebut disimpulkan bahwa nasabah dengan senang hati karena fasilitas yang diberikan menunjukkan bahwa semua nasabah terbantu adanya produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp unit 2 Tulang Bawang.
- b) Dari 7 nasabah sebanyak 2 nasabah atau sebesar 28.57% dan menjawab YA dan 5 nasabah atau sebesar 71.42% menjawab TIDAK. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih sedikit nasabah yang terpercayanya di Bank Syariah Mandiri Kcp Tulang Bawang.
- c) Dari 7 nasabah sebanyak 6 nasabah atau sebesar 85.71% dan menjawab YA dan 1 nasabah atau sebesar 14.28% menjawab TIDAK. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak yang terbantu adanya informasi yang di berikan di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.
- d) Dari 7 nasabah sebanyak 7 nasabah atau sebesar 100% dan menjawab YA dan 0 nasabah atau sebesar 0% menjawab TIDAK. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak nasabah yang memiliki pengetahuan yang baik, sopan santun dalam setiap proses mekanisme dan penerapan akad produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri.

e) Dari 7 nasabah sebanyak 6 nasabah atau sebesar 85.71% dan menjawab YA dan 1 nasabah atau sebesar 14.28% menjawab TIDAK. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak yang memberikan perhatian iklan dengan memahami kesulitan nasabah produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang menerapkan berbagai strategi promosi pada produk cicil emas:

a. Pemasaran secara langsung

Pengertian pemasaran langsung adalah adalah cara pemasaran dimana perusahaan ingin menjalin komunikasi secara langsung dengan konsumen. Strategi komunikasi langsung dianggap lebih efektif karena bisa berinteraksi, mendapatkan database yang dapat memicu komunikasi pemasaran menggunakan berbagai media guna mendorong respon konsumen. Jadi yang sering di lakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang menggunakan secara langsung seperti ketika ada nasabah yang sedang ada berkepentingan ke Bank jadi *Costumer Service* langsung menawarkan produk cicil emas maupun produk yang lain kepada nasabah dengan menjelaskan secara rinci kepada nasabah keunggulan pembiayaan produk yang di tawarkan.

b. Periklanan / Brosur

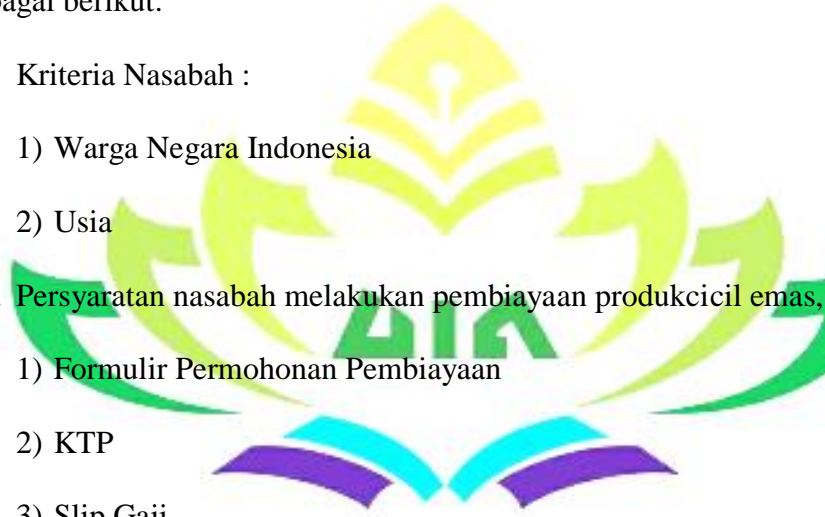
Periklanan adalah penggunaan media bauran oleh penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk, jasa atau pun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat”. Bank syariah mandiri



KCP unit 2 tulang bawang melakukan strategi iklan menarik dengan percetakan brosur produk cicil emas maupun media elektronik.<sup>63</sup>

## **2. Syarat-syarat Pembiayaan Produk Cicil Emas**

Proses pengajuan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 dari Tulang Bawang hasil pengumpulan data dan diperkuat dengan teori dari jurnal, Produk cicil emas memiliki persyaratan pembiayaan sebagai berikut:<sup>64</sup>

- 
- a. Kriteria Nasabah :
    - 1) Warga Negara Indonesia
    - 2) Usia
  - b. Persyaratan nasabah melakukan pembiayaan produk cicil emas, antara lain:
    - 1) Formulir Permohonan Pembiayaan
    - 2) KTP
    - 3) Slip Gaji
    - 4) Blokir rekening sebesar 1x angsuran
    - 5) Jika pembiayaan > 50.000.000 diwajibkan. NPWP dan surat pernyataan kuasa jual dari kedua belah pihak dalam teori produk cicil emas secara umum.

## **3. Ketentuan Pembiayaan Produk Cicil Emas**

Ketentuan biaya-biaya yang harus dipersiapkan yaitu :

- a) Biaya administrasi pencairan

---

<sup>63</sup> Fahima Turjuman, *Customer Service*, wawancara pribadi Bank Syariah Mandiri Kcp unit 2 Tulang Bawang, 12 JUNI 2019.

<sup>64</sup> Fahima Turjuman, *Customer Service*, wawancara pribadi Bank Syariah Mandiri Kcp unit 2 Tulang Bawang, 12 JUNI 2019.

- b) Biaya administrasi
- c) Biaya asuransi jaminan
- d) Biaya materai
- e) Biaya asuransi jiwa (optional)

ketentuan uang muka yang harus di persiapkan nasabah dalam melakukan transaksi yaitu :

- a) Minimal 20% dari harga perolehan emas
- b) Uang muka dibayar secara tunai (tidak dicicil) oleh nasabah kepada Bank.
- c) Sumber dana uang muka harus berasal dari dana nasabah sendiri (*self financing*) dan bukan berasal dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank.

ketentuan besaran pembiayaan yaitu :

- a) Jumlah pembiayaan BSM Cicil Emas maksimal adalah Rp150.000.000,- (seratus lima puluh juta rupiah)
- b) Nasabah diperkenankan memiliki fasilitas pembiayaan Qardh Beragun Emas dan pembiayaan BSM Cicil Emas secara bersamaan, dengan ketentuan jumlah limit total pembiayaan keseluruhan adalah paling banyak Rp250.000.000,-(dua ratus lima puluh juta rupiah).

#### **4. Mekanisme Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri**

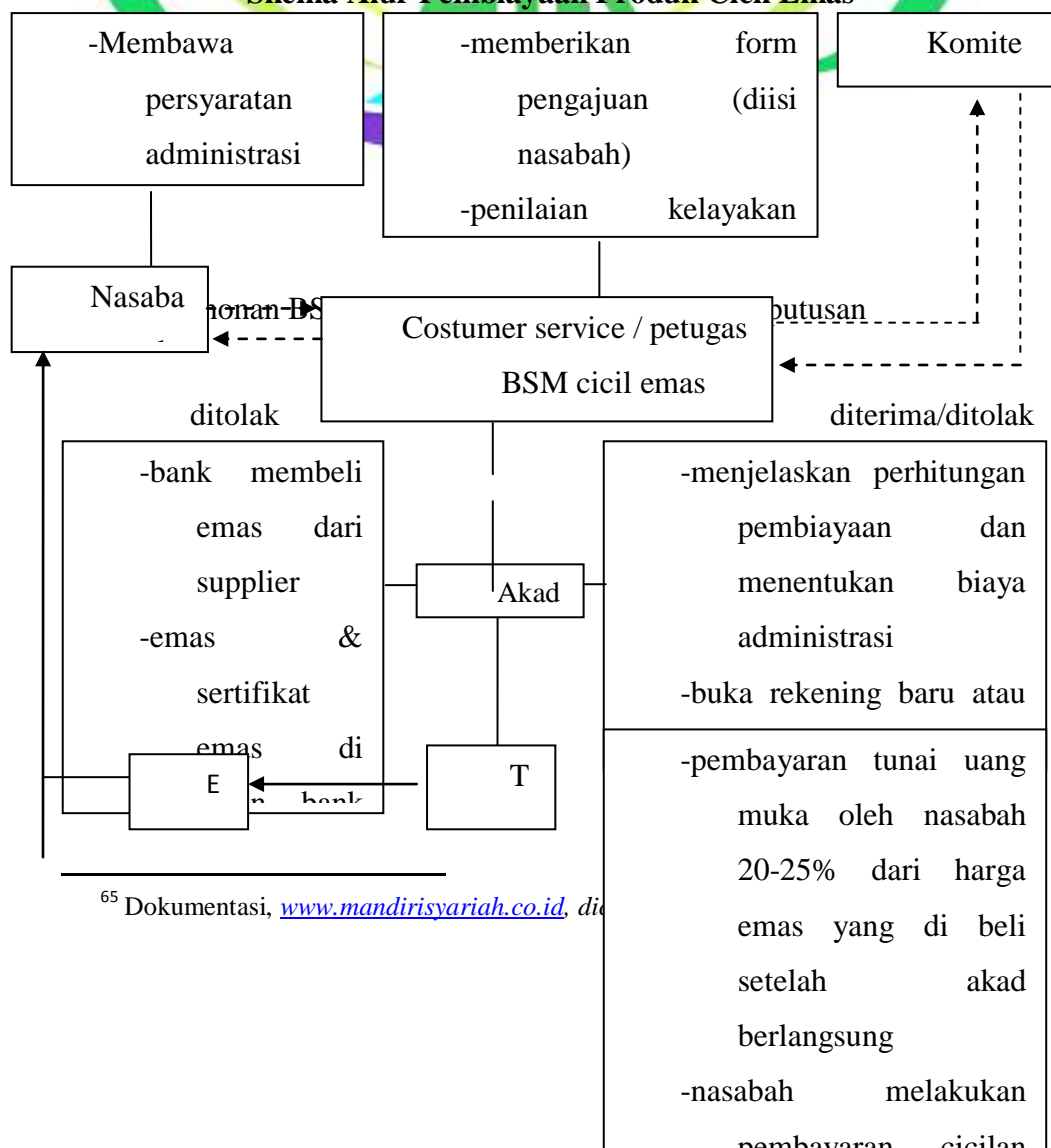
Dapat disimpulkan bahwa mekanisme cicil emas Bank Syariah Mandiri tidak terlalu sulit bagi para nasabah yang mampu secara *financial* untuk membayar cicilan emas setiap bulannya.

Memperoleh informasi yaitu mencermati mekanisme produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dengan menggunakan

persyaratan sebagai berikut : mengisi formulir permohonan, copy KTP & NPWP (pembiayaan > Rp. 50 jt), membuka tabungan BSM, biaya 1% dari pembiayaan dan 3 lembar materai. Berat emas antam sebesar 10 gram dengan harga beli sebesar 6,413,732.00 harga emas per gram sebesar 641,373.20 uang muka (20%) sebesar 1.282,746.40 pembiayaan (80%) sebesar 5,130,985.60 angsuran bisa di ambil selama 12 bulan, 24 bulan, 36 bulan, 48 bulan, 60 bulan. Berdasarkan harga emas pada saat penelitian. Adapun skemanya yang dilakukan nasabah dalam memperoleh pembiayaan BSM cicil emas sebagai berikut :

**Gambar 3.1**

**Skema Alur Pembiayaan Produk Cicil Emas<sup>65</sup>**



Pada skema alur pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang. Produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang menggunakan akad *murabahah*, jaminan sebagai pengikatan agunan dengan menggunakan akad *rahn* (gadai). Simulasi produk cicil emas diberikan guna untuk nasabah dapat mengetahui dan membandingkan harga emas secara umum. Simulasi produk yang diberikan dalam bentuk brosur menghilangkan transaksi ketidakjelasan nya (*gharar*) dan unsur kedzaliman.

Beberapa tahapan lain melalui perlengkapan berkas pembiayaan oleh nasabah yaitu syarat-syarat, ketentuan mulai dari uang muka 20%, blokir angsuran diawal, KTP, biaya-biaya yang dipersiapkan, pembukaan buku rekening BSM, NPWP jika pembiayaan > 50 juta. Dengan digunakan akad jual beli pada produk cicil emas seharusnya nasabah tidak perlu merasa khawatir akan kendala dan masalah yang akan terjadi dikarenakan akad *murabahah* adalah akad yang paling diminati dan prosedur yang mudah bagi nasabah.

Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dihadapkan pada hal sebaliknya adalah penurunan dan kurangnya nasabah yang menggunakan produk cicil emas pada tiap tahunnya disebabkan oleh minat nasabah yang rendah. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ini ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh). Harga emas jenis lantakan (batangan) yang dapat dibeli dengan cicil emas atau kredit emas. Emas dibeli dan disimpan oleh

Bank Syariah sampai cicilan lunas. Sertifikat emas yang dikeluarkan oleh toko emas dipegang oleh pihak Bank Syariah, dan nasabah memegang salinan sertifikat emas tersebut.

Berdasarkan pengamatan lapangan yang dilakukan peneliti mengungkapkan mekanisme produk cicil emas di bank syariah mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang sesuai dengan prinsip syariah dengan melihat landasan ketentuan umum akad *murabahah* dalam setiap proses dan tahapan transaksi yang dilakukan salah satunya proses nasabah melakukan akad persetujuan pembiayaan, emas sebagai objek pembiayaan sudah dibeli oleh pihak bank dan fisik barang ada sesuai dengan ketentuan akad *murabahah*. Jual beli produk cicil emas diperbolehkan dikarenakan harga kesepakatan jual beli emas ditentukan pada saat akad berlangsung dengan panduan simulasi harga emas pada hari saat akad berlangsung sehingga terbebas dari spekulasi dan terhindar dari perbuatan riba.

## **5. Resiko Produk Cicil Emas**

Risiko merupakan ketidakpastian yang mungkin melahirkan peristiwa kerugian. Berbagai risiko kerugian yang dihadapi Bank Syariah Mandiri dapat menjadi faktor pengganggu kinerja operasionalnya. Berikut ini ada beberapa potensi risiko investasi yaitu pada logam mulia :

a. Likuiditas

Bank Syariah Mandiri Kcp Tulang Bawang menggunakan emas lantakan jenis Antam pada para nasabah. Diketahui emas jenis Antam yang dapat dijual kapanpun dan dimanapun secara mudah. Harga emas Antam saat ini pada 10 Juli 2019, berada pada kisaran Rp.699.000 per gram

b. Pasar

Dalam hal resiko pasar emas ini mengalami fluktuasi, namun dalam situs resmi Antam yang bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri, harga emas terus mengalami kenaikan sehingga nasabah tidak perlu khawatir dan emas menjadi barang investasi yang sedang diminati saat ini.

c. Keamanan

Produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang fisik emas disimpan oleh bank sampai waktu angsuran pembiayaan nasabah dinyatakan lunas. Salah satu alasan fisik emas ini disimpan oleh pihak bank dikarenakan keamanannya terjamin, emas akan terawat dengan baik dan jasa ini tanpa ada biaya yang dikeluarkan oleh nasabah.

**6. Daftar kontrak pembiayaan murabahah**



## 7. Usia Responden

Data mengenai umur responden disini peneliti mengelompokan menjadi empat kategori, yaitu kurang dari 20 tahun, 20-30 tahun, 31-40 tahun, dan di atas 40 tahun. Adapun data mengenai umur responden yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	<20 tahun	0	0%
2	21-30 tahun	2	0.14%
3	31-40 tahun	4	57.14%
4	>41 tahun	1	14.28%
	Total	7	71.56%

Sumber: Data primer di olah tahun 2019

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun tidak ada atau sebesar 0%, narasumber yang berusia antara 21-30 tahun berjumlah 2 orang atau sebesar 0.14%, responden yang berusia antara 31-40 tahun berjumlah 4 orang atau sebesar 57.14%, dan responden yang berusia di atas 41 tahun berjumlah 1 orang atau sebesar 14.28% dari keterangan di atas menunjukan bahwa sebagian besar responden yang diambil dari berusia 31-40 tahun.

**Tabel 3.3**  
**Ketentuan Usia Pembiayaan Produk Cicil Emas**

Minimal	Golongan berpenghasilan tetap & non golongan berpenghasilan tetap (GOLBERTAP) Golbertap : pada saat usia 21 atau sudah menikah pada saat pengajuan
Maximal	Golbertap: 55 tahun atau belum pension pada saat pembiayaan jatuh tempo.
	Non Golongan Berpenghasilan Tetap : 1) Professional dan wiraswasta berusia maksimal 60 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo. 2) Pensiunan berusia maksimal 70 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo. Pembiayaan kepada pensiunan mengacu kepada ketentuan bank.

Sumber : Data primer di olah tahun 2019

**Tabel 3.4 Jenis Kelamin Responden Nasabah**

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki laki	3	42.48%
2	Perempuan	4	57.14%
	Total	7	99.99%

Sumber : Data primer di olah tahun 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri Kcp Tulang Bawang yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin laki-laki berjumlah 3 orang atau sebesar 42.48% dan perempuan berjumlah 4 orang atau sebesar 57.14%. Dari

keterangan di atas menunjukan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dipaparkan pembahasan dan analisis tentang analisis mekanisme penerapan akad pada produk terhadap minat nasabah dalam perspektif ekonomi Islam. Analisis ini didasarkan pada data yang telah diperoleh pada saat penelitian. Maka dalam BAB IV ini peneliti akan mencoba melakukan analisis dan penyelesaian terhadap rumusan masalah terkait dengan menggunakan data lapangan yang telah diperoleh dan menggunakan teori-teori yang telah terkumpul.

#### **A. Strategi Promosi Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang**

Berdasarkan hasil wawancara kepada responden yang didapat dengan menggunakan pengukuran sumber data, mengenai strategi promosi terhadap minat nasabah dapat diketahui dengan pengukuran menggunakan strategi promosi yaitu:

Strategi yang di lakukan Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dengan melakukan apakah nasabah tertarik mengambil produk cicil emas sehingga nasabah tertarik adanya hadiah-hadiah yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang, dari 7 responden dan semuanya 7 responden sebesar 100% dan 0 responden 0%. Dan hasilnya ini menjawab YA karena strategi produk cicil emas dapat menarik nasabah.

Periklanan yang di lakukan Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang dengan melakukan selebaran brosur promosi produk cicil emas, dan dari 7 responden hanya 5 responden sebesar 71.42% dan

2 responden sebesar 28.57% dan hasilnya ini yang menjawab YA karena periklanan produk cicil emas dapat menarik minat nasabah.

Strategi penjualan melalui *website* sangat tidak ada peningkatan atau minat nasabah karena data tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak yang tidak memilih *website* dikarenakan banyak orang yang belum menguasai media sosial. Jadi mereka lebih baik promosi secara langsung maupun lewat brosur, dan dari 7 responden hanya 0 responden sebesar 0% dan 7 responden 100% dan hasilnya ini menjawab TIDAK melalui *website* dan strategi promosi yang masih sedikit.

Strategi promosi yang dilakukan dengan melakukan promosi secara langsung sehingga berdampak banyaknya minat nasabah pada produk cicil emas yang di promosikan Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang dari 7 responden hanya 7 sebesar 100% dan 0 responden sebesar 0%. Dan hasilnya menjawab tidak dan hasilnya lebih efektif dan efisien karena bisa saling tanya jawab tentang produk cicil emas.

Pemasaran dengan menggunakan media Bank Syariah Mandiri Kcp Unit 2 Tulang Bawang sudah menjadi informasi, bisnis dan kebutuhan yang baik bagi nasabah dalam bertransaksi peningkatan nasabah masih sedikit tentang pembiayaan produk cicil emas khususnya promosi melalui *website*. Data tersebut dari 7 nasabah ada 4 responden sebesar 57.14% yang menjawab YA dan 3 responden sebesar 42.85% menjawab TIDAK.

Berdasarkan keseluruhan strategi promosi hanya strategi secara langsung yang lebih efektif dalam mempromosikan pembiayaan produk cicil emas kepada nasabah yang terlihat dari 7 nasabah sebanyak 7 responden sebanyak 100%. Dan 0 responden sebesar 0%. Data tersebut menunjukkan bahwa semua nasabah berminat mengambil produk cicil emas dengan menggunakan metode secara langsung.

#### **B. Syarat-syarat, Ketentuan dan Resiko Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang**

Berdasarkan hasil wawancara kepada nasabah yang didapat dengan menggunakan pengukuran sumber data. Peneliti menganalisis mengenai syarat-syarat, ketentuan, dan resiko terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dapat diketahui bahwa masih banyaknya nasabah yang keberatan pada beberapa proses syarat pada produk cicil emas yaitu:

Ketentuan uang muka produk cicil emas senilai 20% dari harga perolehan emas juga tidak memberatkan nasabah dilihat dari 7 nasabah pada saat wawancara 3 responden sebesar 42.85% menjawab YA dan 4 responden sebesar 57.14% menjawab TIDAK. Dan hasil nya responden tidak keberatan dengan uang muka 20% yang diharuskan bagi nasabah yang mengambil produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Penetapan syarat-syarat pada pengambilan produk cicil emas oleh nasabah, proses yang mudah dan berkas berkas yang harus disiapkan



tidak terlalu banyak seperti fotokopi KTP, KK, NPWP jika pengambilan pembiayaan produk cicil emas 150 juta. Dan dari 7 nasabah ada 2 responden sebesar 28.57% menjawab YA dan 5 responden sebesar 71.42% menjawab TIDAK. Dan hasilnya responden menjawab tidak keberatan dengan adanya penetapan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Pembiayaan pada produk cicil emas yang sangat banyak seperti biaya-biaya Admin Pencairan, Biaya Materai, Biaya Asuransi Jiwa, Biaya Ongkos Kirim. Dan 2 responden sebesar 28.57% menjawab YA dan 5 responden sebesar 71.42% menjawab TIDAK. Sehingga dengan adanya biaya-biaya pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Jumlah maksimal pembiayaan produk cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang sebesar 150 juta. diminati dikarenakan tergolong pembiayaan maksimal yang besar dan juga minimal pembiayaan yang beragam sehingga dapat menyentuh semua kalangan dan menarik minat nasabah terlihat dari 7 responden semua nasabah menjawab berminat pada produk cicil emas dengan jumlah maksimal pembiayaan 150 juta, dibandingkan dengan *qardh* beragun emas sekaligus produk cicil emas yang jumlah maksimal pembiayaan lebih besar yaitu 250 juta, dari 7 responden hanya 6 responden yang berminat dan 1 responden yang menjawab tidak berminat pada produk *qardh* dan cicil emas tersebut. Nasabah merasa keberatan

dengan adanya pembiayaan cicil emas dengan maksimal 150 juta, dari 7 nasabah ada 6 responden sebanyak 85.71% menjawab YA dan 1 responden menjawab TIDAK.

Resiko produk cicil emas mempengaruhi nasabah melakukan pembiayaan produk cicil emas, dari 7 nasabah ada 2 responden sebesar 28.57% menjawab YA dan 5 responden sebesar 71.42% dan nasabah keberatan dengan adanya resiko pada Pembiayaan Produk Cicil emas mempengaruhi nasabah untuk tidak melakukan pembiayaan Produk Cicil Emas di BSM KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Dari keseluruhan permasalahan mengenai syarat-syarat, ketentuan, dan resiko produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Teluk betung, faktanya adalah syarat pada produk cicil emas sebenarnya sangat mudah untuk pengambilan bagi nasabah namun memperbaiki untuk ketentuan yang ditetapkan seperti blokir 1 kali angsuran dan biaya-biaya yang lebih diperhatikan sehingga tidak membebankan nasabah untuk pengambilan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Transaksi pembiayaan produk cicil emas dalam syarat dan ketentuannya dilihat dari prinsip keadilan dalam asas-asas transaksi syariah sudah sesuai aturan dalam muamalah yang melarang riba, kezaliman, maysir, gharar dan haramdalam pelaksanaannya.

### **C. Mekanisme dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang**

Berdasarkan hasil wawancara kepada nasabah yang didapat dengan menggunakan pengukuran sumber data. Peneliti menganalisis mengenai syarat-syarat, ketentuan, dan resiko terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dapat diketahui bahwa masih banyaknya nasabah yang keberatan pada beberapa proses syarat pada produk cicil emas yaitu:

Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang memberikan fasilitas-fasilitas pada produk cicil emas yang diberikan untuk nasabah sudah maksimal dilaksanakan terlihat pada hasil wawancara dari 7 nasabah ada 7 responden sebesar 100% atau seluruh nasabah menjawab YA, fasilitas yang diberikan telah sesuai dengan keinginan dan minat nasabah mengambil produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Mekanisme dan penerapan akad belum akurat dan terpecah dalam proses pelaksanaan pembiayaan produk cicil emas dirasa sudah maksimal dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dengan diperkuat hasil wawancara dari 7 nasabah 2 responden atau 28.57% menjawab YA atau mekanisme dan penerapan akadnya belum akurat dan terpecah pada produk cicil emas.

Permasalahan pada proses pelayanan informasi yang jelas dan respon yang cepat dirasakan kurang maksimal dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang pada setiap proses pembiayaan mulai dari pengakadan, pengumpulan berkas, pencairan

pembiayaan dan menerima sertifikat pembelian emas yang telah dilakukan. Diperkuat dengan hasil wawancara dari 7 nasabah ada 6 responden sebesar 85.71% menjawab TIDAK atau nasabah mengatakan sudah maksimalnya pelayanan dengan informasi yang jelas dan respon yang cepat pada setiap proses pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Dalam tingkat pengetahuan yang baik dan nilai kesopanan pada produk cicil emas terhadap nasabah sangat dirasakan maksimal pada saat proses pembiayaan produk cicil emas terlihat dari hasil wawancara dari 7 nasabah ada 7 responden sebesar 100% atau seluruh responden menjawab Ya atau setuju dengan nilai pengetahuan dan kesopanan pada saat proses pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang.

Perhatian yang ikhlas yang diberikan kepada nasabah telah dilakukan dengan baik dan selalu mengingatkan nasabah dalam pembayaran angsuran agar tidak telat dan macet, dapat memahami kesulitan nasabah dengan pengecualian tertentu pada saat sulit dalam angsuran dan ikut memikirkan solusi terbaik bagi nasabah dan pihak Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang diperkuat dengan hasil penelitian wawancara dari 7 nasabah ada 6 responden sebesar 85.71% responden menjawab Ya atau setuju Bank Syariah Mandiri peduli dengan nasabah produk cicil emas dalam proses pembiayaannya.

Berdasarkan keseluruhan hasil yang ditemukan kendala pada tingkat mekanisme penerapan akad produk cicil emas akurat terpercaya, terdapat masih kurang baik dijalankan Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang terlihat banyak 2 dari total 7 nasabah yang masih menilai mekanisme dan penerapan akad produk cicil emas kurang akurat dan terpercaya sehingga nasabah merasa tidak nyaman dengan adanya dan akan berdampak pada tingkat kepuasan nasabah yang rendah diikuti minat nasabah terhadap produk cicil emas yang rendah



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan akhir dari “analisis mekanisme dan penerapan akad pada produk cicil emas terhadap minat nasabah dalam perspektif ekonomi Islam studi pada bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang”, sebagai berikut:

1. Strategi promosi pada produk cicil emas yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang bisa dikatakan belum maksimal. Bauran promosi yang digunakan dalam mengukur seberapa efektif dan efisien suatu bank dalam melakukan promosi dengan tujuan menaikkan jumlah nasabah. Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang mengalami kendala dalam strategi promosi info dari website yang di tawarkan Bank Syariah Mandiri tersebut. Sosialisasi kepada masyarakat masih sangat minim sehingga masyarakat mengetahui jika produk produk seperti cicil emas, gadai emas, hanya berada di pegadaian saja, Sehingga penyaluran dana yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang tidak maksimal diserap oleh masyarakat.
2. Syarat-syarat ketentuan dan resiko pada produk cicil emas yaitu dengan kriteria nasabah seperti cakap hukum, warga negara Indonesia dan usia, tidak masuk daftar hitam BI dan PPATK memiliki kolektibilitas lancar disemua bank. Formulir Permohonan Pembiayaan. KTP, Slip Gaji, Blokir rekening sebesar 1x angsuran, jika pembiayaan >50.000.000 diwajibkan NPWP.



Resiko ini ada beberapa potensi resiko investasi yaitu : likuiditas, pasar, dan keamanan.

3. Mekanisme BSM pembiayaan cicil emas di BSM KCP Unit 2 Tulang Bawang terdiri dari beberapa tahapan mulai dari syarat pengajuan, penilaian agunan, pemutusan pembiayaan, pelaksanaan akad dan pencairan pembiayaan. Dalam proses pembiayaan produk BSM cicil emas, BSM KCP Unit 2 Tulang Bawang berpedoman kepada fatwa DSN-MUINo:77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai. Mekanisme produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang sudah tergolong baik seperti fasilitas-fasilitas yang di berikan, pelayanan secara akurat dan tepat, pengetahuan yang memadai, sikap sopan kepada nasabah dan ikhlas dalam melakukan pelayanan terkait mekanisme yang terkait mekanisme produk cicil emas yang dibutuhkan oleh nasabah. Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang pada dimensi mekanisme dan penerapan akad produk cicil emas sudah akurat dan terpercaya masih belum maksimal dalam pelaksanaan disetiap proses dan tahapan pada produk cicil emas khususnya pada saat proses pengangkatan kurang maksimalnya kualitas pelayanan mekanisme dan penerapan akad produk cicil emas berdampak pada peningkatan nasabah pada produk yang akan ditawarkan kepada nasabah. Penerapan akad pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang menggunakan akad murabahah dan identitas investasi emas yang aman dengan pengikat jaminan menggunakan akad *rahn*.

Akad yang digunakan dalam produk BSM Cicil Emas adalah akad murabahah (jual beli) dimana bank sebagai pihak penjual yang menalangi pembelian emas terlebih dahulu dan nasabah sebagai pembeli membayar dengan cara menyicil selama kurun waktu 2-5 tahun dengan ketentuan margin yang sudah disepakati bersama. BSM dalam hal ini berpedoman kepada fatwa DSN MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah. Adapun pengikatan agunan atau emas menggunakan akad rahn (gadai) dimana bank menanggungan emas selama kurun waktu yang telah disepakati sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No: 26/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn. Berdasarkan hasil penelitian, maka produk Pembiayaan BSM Cicil Emas di BSM KCP Unit 2 Tulang Bawang sudah sesuai dengan fatwa DSN MUI, baik fatwa No:77/DSN-MUI/05/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai, fatwa DSN-MUI No:04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah dan fatwa DSN MUI No: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Kepada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang agar melakukan evaluasi berkala pada produk yang rendah jumlah nasabah. Mengupayakan solusi strategi promosi seperti memaksimumkan strategi promosi personal selling dan melakukan promosi melalui pembuatan seminar komunikatif mengenai pembiayaan produk cicil emas sehingga akan efektif menjangkau nasabah dan pengetahuan yang mudah dipahami. Untuk menyelesaikan masalah minat nasabah yang diakui rendah oleh Bank Syariah Mandiri KCP

Unit 2 Tulang Bawang membuat solusi agar pembiayaan produk cicil emas dapat bersaing dengan produk-produk lainnya dan bangkit. Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang melakukan strategi penjualan secara referral. Penjualan Referral adalah mendapatkan referensi atau rekomendasi dari seseorang sehubungan dengan penawaran suatu produk. Penjualan secara referral diharapkan Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dapat meningkatkan minat nasabah secara luas serta meningkatkan jumlah nasabah produk cicil emas.

2. Bagi nasabah, meskipun pembiayaan Murabahah notabenenya mudah dalam pengurusan persyaratan dan lebih banyak diminati oleh masyarakat lainnya, nasabah hendaknya memahami dengan benar untuk mengenai pembiayaan syariah, terutama bank syariah. Nantinya calon nasabah akan diseleksi guna meminimalisir resiko yang akan dihadapi di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Abdul Aziz, M.Ag., *Manajemen Investasi Syariah*. Bandung: Alfabet, cv, 2010

Amira Nurlatifah, *Perlakuan Akuntansi Murabahah Dalam Pembiayaan Kpr (Kredit Perumahan Rakyat) Syariah Ditinjau Dari Psak No.102 Pada Bank Btn Syariah Surabaya, jurnal Akuntansi,*

Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah Jakarta* : Rajawali Pers, 2015

A.Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah Jakarta* : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012

Azmi, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Tingkat Pengambilan Keuntungan Dalam Jual Beli Murabahah* Fakultas Syariah : Perpustakaan Fakultas Syariah IAIN, Banda Aceh, 2009

Citra Dwi Ardiani, *Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Pada Bank Umum Syariah Non Devisa Di Indonesia* , Thesis, STIE Perbanas, Surabaya

Fatwa DSN-MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000 *Tentang Murabahah*, tersedia di :  
<https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/murabahah> di akses pada 11.35 AM  
31/01/2019

FX Anton, *Menuju Teori Stewardship Manajemen* *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas AKI Semarang*

- Harinaldi, *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Dan Sains* Ciracas Jakarta: Erlangga, 2005
- Kaelan, M.S. *Metode penelitian kualitatif interdisipliner*, Yogyakarta :Paradigma, 2012
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan* Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Kementrian Pendidikan Dan kebudayaan republik indonesia, 2005
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* Jakarta: Kencana, 2012
- Moh Nazir, *Metode penelitian*, Bogor: Ghalia indonesia, 2014
- Mudrajad Kuncoro, Ph.D, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*(Jakarta: Erlangga, 2013
- Muhammad Bin Muhammad Al-Mukhtar Syanqiti, *Syarh Zad Al-Mustaqna 'li Al-Syanqiti*, Digital Library, Al-Maktabah Al-Syamilah Al-Isdar Al-Sani, 2005
- Muhamad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016
- M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* Bandung: Alfabeta, 2012
- M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil* Kanisius, 2000
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* Jakarta : Gema Insani, 2001
- Nevi Hasnita, "Konsep Dan Bentuk Multi Akad (Hybrid Contract) Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional -Majelis Ulama Indonesia (Dsn-Mui)," : *Jurnal Dusturiyah* Vol 2020 (2014). Dia kses melauli <http://journaldusturiyah.com//Indek.Php/Jurnal/ Vo l/2020/20220>, Tanggal 2 oktober 2019
- Ridwan Nurdin, *Akad-Akad Fiqh Pada Perbank an Syariah di Indonesia Sejarah, Konsep, Dan Perk embangannya* Banda Aceh: Pena, 2010
- Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, jilid 12 terj. Kamaludina marzuki, Bandung : Pustaka, 1988
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan strategi* Jakarta: Raja Grafindo, 2004
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2016

Sunanrdian Wirodono, *Gerakan Politik Indonesia* Universitas Michigan:Puspa Swara, 1995  
Supranto, *Statistik Pemimpin Berwawasan Global Edisi 2* Jakarta:Salemba Empat,2007  
Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah* Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013  
Viethzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* Jakarta : Bumi Aksara,2010  
V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka BaruPress, 2015

**Internet:**

<https://id.wikipedia.org/wiki/Emas> diakses pada 16.00 AM 28/01/2019

<https://kbbi.web.id/cicil> diakses pada 15.00 AM 28/01/2019

<https://Republika.Co.Id/Berita/Ekonomi/SyariahEkonomi/13/03/25/Mk8166>

[Bsm-Luncurkan-Produk-Cicil-Emas](#) diakses pada 16.10 AM 28/01/2019

Maxmanroe.“pengertian pemasaran langsung serta kelebihan dan kekurangan direct marketing”. (On-line), tersedia di:<https://www.maxmanroe.com/pengertian-pemasaran-langsung.html> 23 Agustus 2019.

Sejarah Bank Syariah Mandiri (On-line), tersedia di: [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id) (16 Juni 2019).



